



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
E-MBA**

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ  
ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ**

Βουγιουκλή Μαρία

Επιβλέπων Καθηγητής: Ν. Τσαγκαράκης

Πειραιάς

Σεπτέμβριος 2018

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**

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη : E-MBA» με τίτλο

“ΔΕΙΞΟΝΤΗΣΗ ΒΙΟΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΕΣΦΥΚΗΣ  
ΔΕΑΣ ΜΟΥΡΑΛΑΣ ΣΥΝΘΕΤΟΚΙΗΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ”

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 ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο 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/ τριας..... 

Όνοματεπώνυμο..... ΒΟΥΚΙΟΝΚΛΗ ΜΑΡΙΑ

Ημερομηνία..... 26/09/2018

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

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

#### ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

1.1.	Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος	σελ.09
1.2.	Ανάλυση της Αγοράς και Marketing	σελ.09
1.3.	Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια	σελ.10
1.4.	Μηχανολογικά και Τεχνολογία	σελ.10
1.5.	Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα	σελ.10
1.6.	Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης και Περιβάλλον	σελ.11
1.7.	Προγραμματισμός και Προυπολογισμός Εκτελέσης του Επενδυτικού Σχεδίου	σελ.11
1.8.	Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επένδυσης	σελ.12

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

#### ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1.	Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου	σελ.12
2.2.	Γενικοί Στόχοι και Βασική Στρατηγική του Επενδυτικού Σχεδίου	σελ.13
2.3.	Γενικά Στοιχεία για την Εταιρεία	σελ.14

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

#### ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

3.1.	Ιστορική Αναδρομή	σελ.15
3.2.	Ορισμός της Αγοράς και Ανάλυση Κλάδου	σελ.16
3.2.1.	Περιγραφή προϊόντων του κλάδου	σελ.16
3.2.2.	Περιγραφή Π.Ο.Π. – Π.Γ.Ε. – Οργανικής Καλλιέργειας	σελ.17
3.2.3.	Καλλιεργούμενες Εκτάσεις	σελ.29
3.2.4.	Διάκριση Πελατών και Κίνητρα Αγοράς Ελαιολάδου	σελ.21
3.2.5.	Κανάλια Διανομής	σελ.21

3.3. Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς	σελ.21
3.3.1. Εγχώρια Παραγωγή Ελαιολάδου	σελ.21
3.3.2. Εξαγωγές Ελαιολάδου	σελ.23
3.3.3. Εγχώρια Αγορά Τυποποιημένου Ελαιολάδου	σελ.24
3.3.4. Χαρακτηριστικά Ζήτησης	σελ.25
3.3.5. Μελλοντική Ζήτηση	σελ.26
3.4.Διεθνής Αγορά	σελ.27
3.4.1. Παγκόσμια Παραγωγή Ελαιολάδου	σελ.27
3.4.2. Παγκόσμια Εξαγωγή Ελαιολάδου	σελ.29
3.4.3. Παγκόσμιες Εισαγωγές Ελαιολάδου	σελ.30
3.4.4. Παγκόσμια Κατανάλωση Ελαιολάδου	σελ.31
3.5.Θεσμικό Πλαίσιο	σελ.33
3.5.1. Κυριότερη Κοινοτική Νομοθεσία	σελ.33
3.5.2. Κυριότερη Εθνική Νομοθεσία	σελ.33
3.5.3. Προδιαγραφές Τυποποιητηρίου για Έκδοση Βεβαιώσεων Καταλληλότητας	σελ.35
3.6.Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος	σελ.38
3.6.1. PEST Analysis	σελ.39
3.6.2. Υπόδειγμα Porter	σελ.40
3.7.Στρατηγική του Marketing	σελ.43
3.7.1. Στόχοι Μάρκετινγκ	σελ.43
3.7.2. Το Προϊόν και η Πολιτική του	σελ.45
3.7.3. Διανομή	σελ.46
3.8.Ανάλυση SWOT	σελ.46
3.9.Το Πρόγραμμα Παραγωγής	σελ.48

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

4.1.Παραγόμενο Προϊόν	σελ.49
4.2.Βασικά Βήματα για την Παραγωγή και Τυποποίηση Ελαιολάδου και Απαιτήσεις σε Υλικά και Εφόδια	σελ.49

4.3.Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλών και άλλων Εφοδίων	σελ.51
4.3.1. Πρώτες Ύλες	σελ.51
4.3.2. Εφόδια Εργοστασίου	σελ.52
4.3.3. Υλικά Συσκευασίας	σελ.53
4.3.4. Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	σελ.57
4.3.5. Άλλα Εφόδια	σελ.58
4.4.Αποθέματα	σελ.59
4.5.Εναλλακτικές Εισροές	σελ.59
4.6.Λειτουργία Τμήματος Προμηθειών	σελ.60
4.7.Μarketing Προμηθειών	σελ.60
4.8.Επιλογή Προμηθευτών	σελ.62
4.9.Κόστος Πρώτων Υλών και λοιπών Εφοδίων	σελ.64
4.9.1. Κόστος Πρώτων Υλών	σελ.64
4.9.2. Κόστος Βοηθητικών Υλικών	σελ.64
4.9.3. Κόστος Υπηρεσιών Κοινής Ωφέλειας	σελ.65
4.9.4. Κόστος Υλικών Συσκευασίας	σελ.66
4.9.5. Κόστος Λοιπών Εφοδίων	σελ.67
4.9.6. Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα	σελ.67

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

5.1.Πρόγραμμα Παραγωγής και Δυναμικότητα Μονάδας	σελ.68
5.2.Επιλογή Τεχνολογίας	σελ.69
5.2.1. Παραγωγική Διαδικασία και Τυποποίηση Ελαιολάδου	σελ.69
5.2.2. Περιγραφή της τεχνολογίας που επιλέχθηκε	σελ.71
5.3.Μηχανολογικές Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός	σελ.71
5.3.1. Εξοπλισμός Παραγωγής	σελ.72
5.3.2. Εξοπλισμός Γραφείων και Χώρων Προσωπικού	σελ.74
5.3.3. Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός Κλιματισμού	σελ.75

5.3.4. Προστασία Περιβάλλοντος	σελ.75
5.3.5. Έργα Πολιτικού Μηχανικού	σελ.76
5.4.Υπολογισμός Κόστους Επένδυσης	σελ.77

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ & ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

6.1.Γενική Περιγραφή της Οργανωτικής Δομής της Επιχείρησης	σελ.78
6.2.Οργάνωση και Διαχείριση της Ομάδας	σελ.80
6.2.1. Οργανωσιακές Λειτουργίες	σελ.80
6.3.Σχεδίαση της Οργανωτικής Δομής της Επιχείρησης	σελ.82
6.3.1. Βασικές Αρμοδιότητες των Επιμέρους Τμημάτων	σελ.83
6.4.Εντοπισμός Κέντρων Κόστους	σελ.86
6.4.1. Κέντρα Κόστους Παραγωγής	σελ.86
6.4.2. Κέντρα Κόστους Υποστήριξης	σελ.86
6.4.3. Κέντρα Κόστους Διοίκησης και Διαχείρισης	σελ.86
6.5.Γενικά Έξοδα	σελ.87
6.5.1. Αποσαφήνιση του όρου Γενικά Έξοδα	σελ.87
6.5.2. Υπολογισμός Γενικών Εξόδων με γνώμονα την πενταετία	σελ.88

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

7.1.Οργάνωση και Στελέχωση του Ανθρώπινου Δυναμικού	σελ.91
7.2.Στρατολόγηση – Στελέχωση – Πρόσληψη	σελ.93
7.3.Εκπαίδευση και Ανάπτυξη Προσωπικού	σελ.93
7.4.Εκτίμηση Κόστους Εργασίας	σελ.94

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

### **ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ**

- 8.1. Η επιλογή του Χώρου Εγκατάστασης σελ.95
- 8.2. Επιχορηγήσεις – Επιδοτήσεις για την ίδρυση της Μονάδας σελ.97

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**

### **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

- 9.1. Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου σελ.99
- 9.2. Στάδια Εκτέλεσης Επενδυτικού Σχεδίου σελ.100

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10**

### **ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

- 10.1 Εισαγωγή Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης σελ.106
- 10.2 Κόστος Επένδυσης σελ.106
- 10.3 Κεφάλαιο Κίνησης σελ.107
- 10.4 Χρηματοδότηση της Επιχείρησης σελ.110
- 10.5 Υπολογισμός Ταμειακών Ροών της Επιχείρησης σελ.111



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

### 1.1. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύεται η βασική ιδέα και το ιστορικό του προγράμματος. Στόχος αυτής της μελέτης είναι η αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας νέας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον τομέα της τυποποίησης και εξαγωγής ελαιολάδου. η δημιουργία ενός εύπορου αμπελώνα και η ίδρυση μίας μονάδας παραγωγής οίνου, η οποία θα είναι μεσαίας δυναμικότητας. Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός της θα είναι σύγχρονα και θα εδρεύουν στο νησί της Μυτιλήνης, το οποίο φημίζεται για το λάδι του. Η ποικιλία που θα χρησιμοποιηθεί είναι η κολοβή (ή μυτιληνιά) και είναι η πιο συνηθισμένη ποικιλία ελιάς του νησιού παράγοντας λάδι εξαιρετικής ποιότητας με έντονο άρωμα και απαλή γεύση. Λόγω του μεγάλου κόστους δημιουργίας ενός ελαιοτριβείου θα αρκεστούμε στην περισυλλογή του καρπού από τα κτήματα και έπειτα στην τυποποίηση του ελαιολάδου, η παραγωγή του οποίου θα γίνεται σε εξωτερικό ελαιοτριβείο με το οποίο θα συνεργαζόμαστε. Η εταιρεία που θα δημιουργηθεί θα έχει Νομική Μορφή Ανώνυμης Εταιρείας, με επωνυμία ‘ΒΟΥΓΓΙΟΥΚΛΗΣ Α. – ΓΑΛΑΝΟΣ Κ. Α.Ε.’ και ο διακριτικός της τίτλος θα είναι ‘ALKINION OIL’.

### 1.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

Η Ελλάδα είναι 3<sup>η</sup> παγκοσμίως στη παραγωγή ελαιολάδου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, αλλά μόλις το 4% που πωλείται συσκευασμένο στις διεθνείς αγορές είναι ελληνικό (σύμφωνα με έρευνα της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος). Οι Έλληνες αγρότες αρκούνται στο να πωλούν μεγάλες ποσότητες χύμα λαδιού σε άλλες χώρες (π.χ. Ιταλία) οι οποίες το συσκευάζουν και το διαθέτουν στις ξένες αγορές με το δικό τους brand name. Μόνο το 27% του ελληνικού ελαιολάδου εξάγεται ως εταιρικό προϊόν σε σύγκριση με το 50% της Ισπανίας και το 80% της Ιταλίας. Παρακάτω θα πραγματοποιηθεί εκτενής ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζει την επιχείρησή μας μέσω της PEST Analysis και του Υποδείγματος των πέντε δυνάμεων του Porter. Στη συνέχεια θα γίνει ανάλυση της ζήτησης του ελαιολάδου, των παραγόντων που το επηρεάζουν καθώς και των προβλέψεων που αφορούν τη μελλοντική ζήτηση. Τέλος αναλύονται οι στρατηγικές και οι τακτικές marketing που θα χρησιμοποιηθούν για την

συγκεκριμένη εταιρεία. Προσδιορίζονται ποια είναι τα δίκτυα διανομής. Υπολογίζεται η τιμή πώλησης ανά φιάλη και γίνεται εκτίμηση των πωλήσεων για την επόμενη πενταετία.

### **1.3. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Το λάδι που προέρχεται από την επεξεργασία της συγκεκριμένης ποικιλίας ελιάς που έχουμε επιλέξει αποτελεί την κύρια πρώτη ύλη της παραγωγικής μας μονάδας. Στη συνέχεια τα υλικά συσκευασίας (φιάλες, πώματα κ.α.) καθώς και κάποιες χημικές ουσίες που απαιτούνται, αποτελούν εξίσου σημαντικά αγαθά για την παραγωγική διαδικασία. Άλλα εφόδια είναι η ηλεκτρική ενέργεια, το νερό, το τηλέφωνο, ο εξοπλισμός μηχανημάτων καθώς και ο εξοπλισμός των γραφείων. Με άλλα λόγια αναλύονται όλα τα βοηθητικά υλικά που θα χρειαστούν, υπολογίζονται τα κόστη για τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ κ.α.) και επιλέγονται οι προμηθευτές με τους οποίους θα συνεργαστεί η εταιρεία για τις συγκεκριμένες ανάγκες της. Τέλος γίνεται η κοστολόγηση όλων των παραπάνω.

### **1.4. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Δεδομένου ότι οι ενέργειες που θα γίνονται είναι αρχικά η περισυλλογή του καρπού από τα κτήματα και έπειτα η τυποποίηση του ελαιολάδου θα πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικοί στην επιλογή της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιήσουμε. Καθώς η πρώτη ύλη είναι υψηλής ποιότητας θα πρέπει αντίστοιχα να προμηθευτούμε και τον ανάλογο μηχανολογικό εξοπλισμό. Θα πρέπει λοιπόν να γίνει μια εκτενής ανάλυση της παραγωγικής διαδικασίας και υπολογισμός του κόστους για όλα τα προαναφερθέντα.

### **1.5. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο θα ασχοληθεί με τη διοικητική ανάπτυξη και με τον σχεδιασμό της οργάνωσης της επιχείρησης η οποία είναι απαραίτητη, προκειμένου να ικανοποιούνται συνθήκες βέλτιστης διαχείρισης, μαζί με τα συνδεδεμένα γενικά βιομηχανικά έξοδα. Γίνεται διαίρεση της εταιρείας σε οργανωσιακές μονάδες, η τμηματοποίηση των οποίων γίνεται βάσει λειτουργιών. Τέλος υπολογίζονται τα γενικά έξοδα σε βάθος πενταετίας τα οποία χωρίζονται στα γενικά

χρηματοοικονομικά έξοδα, έξοδα ποιοτικού ελέγχου, έξοδα Marketing και τέλος στα Γενικά Βιομηχανικά έξοδα.

Η δομή της επιχείρησης παρατίθεται στο παρακάτω οργανωτικό διάγραμμα. Η επιχείρηση θα απασχολεί συνολικά 8 άτομα πλήρους απασχόλησης και 3 εξάμηνης σύμβασης (από Οκτώβριο μέχρι Μάρτιο) και θα περιλαμβάνει 2 διευθύνσεις.

## **1.6. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Η τοποθεσία που έχει επιλεγεί βρίσκεται στο νησί της Λέσβου και λέγεται Μόρια. Η περιοχή αυτή επιλέχθηκε λόγω των πολλών στρεμμάτων ελαιοκαλλιέργειας που υπάρχουν, του εύφορου εδάφους καθώς και επειδή βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση από το συνεργαζόμενο ελαιοτριβείο αλλά και από την πρωτεύουσα του νησιού τη Μυτιλήνη. Παράλληλα λόγω της αστικοποίησης που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια πολλές εκτάσεις ελαιόδεντρων παραμένουν ακαλλιέργητες και τελείως παραμελημένες. Στην περίπτωση αυτή οι ιδιοκτήτες παραχωρούν τα κτήματά τους σε αγρότες υπογράφοντας συμφωνητικό στο οποίο οι δεύτεροι θα αξιοποιούν το κτήμα και οι πρώτοι θα λαμβάνουν ως αντίτιμο μια ποσότητα του προϊόντος που θα καλλιεργήσουν. Τέλος η περιοχή αυτή επιλέχθηκε και λόγω των στρεμμάτων γης που έχουν ήδη στο όνομά τους οι ιδρυτές της εταιρείας και τα οποία ανέρχονται σε 100 στρέμματα έκαστος.

## **1.7. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Σημαντικό κεφάλαιο της μελέτης μας είναι ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου, θα δούμε δηλαδή τη χρονική περίοδο η οποία ορίζεται από τη στιγμή που επιλέγουμε την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης μέχρι τη χρονική στιγμή όπου η υπό εξέταση μονάδα είναι σε θέση να ξεκινήσει την παραγωγική της διαδικασία. Στη συνέχεια θα γίνει η σύσταση της εταιρείας και θα αναλυθούν οι νομικές και μη απαιτήσεις. Επιπλέον θα γίνει αναφορά στις μηχανολογικές άδειες που χρειαζόμαστε και τέλος θα μελετήσουμε την επιχορήγηση του συγκεκριμένου έργου.

## **1.8. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Στο τελευταίο κεφάλαιο της Μελέτης Σκοπιμότητας θα γίνει η χρηματοοικονομική ανάλυση και η αξιολόγηση της επένδυσής μας για να κρίνουμε κατά πόσο μπορούμε να προβούμε στην υλοποίησή της.

Αρχικά θα πρέπει να υπολογίσουμε το Συνολικό Κόστος Επένδυσης καθώς και το Συνολικό Κόστος Παραγωγής. Επιπλέον θα αναφερθούμε στη Χρηματοδότηση του επενδυτικού μας σχεδίου. Λαμβάνουμε υπόψη το δάνειο που θα πάρουμε για την ίδρυση της εταιρείας, τις δόσεις, τους τόκους και το απαιτούμενο διαθέσιμο κεφάλαιο. Ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στις επιχορηγήσεις που υπάρχουν την περίοδο αυτή καθώς θα πρέπει να επιλεγθεί η πιο συμφέρουσα. Επίσης προκειμένου να αξιολογήσουμε την επένδυση θα χρησιμοποιήσουμε τον Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου, τη μέθοδο Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης, τη Καθαρή Παρούσα Αξία και τον Εσωτερικό Συντελεστή Απόδοσης. Επιπλέον θα γίνει ανάλυση ευαισθησίας και θα υπολογιστεί το Νεκρό Σημείο προκειμένου να μειωθεί το ρίσκο και η αβεβαιότητα. Με βάση όλα τα παραπάνω θα βγάλουμε το συμπέρασμα αν η επένδυση μας είναι συμφέρουσα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

#### **2.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΙΔΕΑΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Η ελιά και το ελαιόλαδο αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς των μεσογειακών λαών και κυρίως του ελληνικού. Σύμφωνα με έρευνες το 97% της παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου παράγεται από τις χώρες της Μεσογείου, με την Ελλάδα να είναι τρίτη ελαιοπαραγωγός χώρα στον κόσμο, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, με ετήσια παραγωγή να κυμαίνεται από 300.000 έως 400.000 τόνους.

Στην Ελλάδα όπου θα δημιουργηθεί η μονάδα τυποποίησης ελαιολάδου, υπάρχει μεγάλη παράδοση στην παραγωγή λαδιού. Συγκεκριμένα υπάρχει μια κατηγορία ελαιολάδου, το premium έξτρα παρθένο ή εξτρίσιμο, το οποίο καταγράφει αλματώδη ανάπτυξη εδώ και δύο δεκαετίες.

Παρότι η τιμή του είναι πολύ υψηλότερη από ένα τυπικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να το αγοράσουν. Πρόκειται για ένα ελαιόλαδο με τέλειο άρωμα και γεύση. Η οξύτητά του δεν ξεπερνά το 0,80 . Έχει έντονη φρουτώδη γεύση και άρωμα φρεσκοκομμένου καρπού ελιάς. Η επιτυχία του συγκεκριμένου προϊόντος οφείλεται αρχικά στη περιορισμένη διαθεσιμότητά του σε σχέση με τη ζήτηση, στις ευεργετικές ιδιότητές του για τον ανθρώπινο οργανισμό αλλά και στην εξέχουσα ποιότητά του η οποία γίνεται αμέσως αντιληπτή από τον καταναλωτή.

Στη Λέσβο υπάρχουν αρκετά σήματα premium έξτρα παρθένου ελαιολάδου. Γεγονός που αποδεικνύει τις δυνατότητες που έχουν οι τοπικές ποικιλίες ελιάς αν τύχουν σωστής διαχείρισης. Ωστόσο οι ποσότητες ελαιολάδου αυτής της κατηγορίας που τυποποιούνται, αποτελούν ένα μικρό σύνολο της συνολικής παραγωγής του νησιού, καταλήγοντας έτσι στην απόφαση να στραφούμε στην τυποποίηση της συγκεκριμένης κατηγορίας.

Οι υποστηρικτές του σχεδίου που μελετάμε έχουν την κατάλληλη εμπειρία και την επάρκεια γνώσεων για τη δημιουργία μιας μονάδας τυποποίησης ελαιολάδου όπου θα συνδυάζει την παράδοση, με την σύγχρονη τεχνολογία και την υψηλή ποιότητα. Ύστερα από σχετική μελέτη της αγοράς και των γενικότερων οικονομικών συνθηκών εντόπισαν την ευκαιρία για τη δημιουργία μιας τέτοιας μονάδας στην Ελλάδα και για αυτό τον λόγο αποφάσισαν να υλοποιήσουν τη συγκεκριμένη επένδυση.

## **2.2 ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Βασικός στόχος των υποστηρικτών του σχεδίου είναι η δημιουργία μιας σύγχρονης μονάδας τυποποίησης ελαιολάδου υψηλής ποιότητας, με σκοπό να καλυφθεί όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Τα προϊόντα τους επιθυμούν να γίνουν ευρέως γνωστά, με κύριο μέλημα την άμεση ικανοποίηση των πελατών και τις σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και διοίκησης.

Η επιχείρηση που πρόκειται να δημιουργηθεί θα είναι μεσαία και οι εγκαταστάσεις θα είναι για μεσαία δυναμικότητα τυποποίησης, με στόχο την ποιότητα και όχι την απεριόριστη ποσότητα. Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός θα είναι σύγχρονος και η μονάδα τυποποίησης θα είναι αυτοματοποιημένη.

Η υπό ίδρυση παραγωγική μονάδα θα εισαχθεί σε μια αγορά όπου παρά τα υψηλά εμπόδια εισόδου θα έχει στόχο τη διείσδυση στον κλάδο αποσπώντας μερίδια αγοράς από δυνατούς και εδραιωμένους στον χώρο ανταγωνιστές. Αρχικά, θα προσπαθήσει να αποσπάσει ένα μικρό μερίδιο, ώστε να αποφευχθεί μια μεγάλη αντίδραση των ανταγωνιστών. Αγορές στόχοι θα αποτελέσουν κυρίως οι χώρες του εξωτερικού όπου υπάρχει μεγάλη ζήτηση, ενώ μακροπρόθεσμα θα στοχεύσει και στην εγχώρια αγορά.

## 2.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η εταιρεία που θα δημιουργηθεί θα έχει Νομική Μορφή Ανώνυμης Εταιρείας, με επωνυμία ‘ΒΟΥΓΓΙΟΥΚΛΗΣ Α. – ΓΑΛΑΝΟΣ Κ. Α.Ε.’ και ο διακριτικός της τίτλος θα είναι ‘LESVOS OIL’. Η εταιρεία πρόκειται να ιδρυθεί το 2019 και η έδρα της θα είναι στο χωρίο Μόρια της Λέσβου. Οι ιδρυτές της θα είναι ο κύριος Αθανάσιος Βουγιουκλής και ο κ. Κωνσταντίνος Γαλανός. Η επιχειρηματική φιλοσοφία της επιχείρησης βασίζεται, όπως προαναφέρθηκε, στην ποιότητα αλλά και στις αρχές της ομαδικότητας, της αξιοπιστίας, της επικοινωνίας και του σεβασμού.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας ορίζεται σε 50.000 € το οποίο διατηρείται σε 10.000 ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας €5 ανά μετοχή καταβλητέο σε μετρητά από τους μετόχους της εταιρείας. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται η εισφορά κάθε μετόχου και το ποσοστό συμμετοχής του στο μετοχικό κεφάλαιο.

Μέτοχοι	Ποσό εισφοράς	Μετοχές	Ποσοστό συμμετοχής
Αθανάσιος Βουγιουκλής	50.000€	5.000	50%
Κωνσταντίνος Γαλανός	50.000€	5.000	50%

*Πίνακας 2.3.1. Μετοχικό Κεφάλαιο*

Όπως βλέπουμε και από τον παραπάνω πίνακα, υποστηρικτές του σχεδίου είναι δύο μέτοχοι οι οποίοι συμμετέχουν ισάξια στη δημιουργία της επιχείρησης. Και οι δύο κατάγονται από το νησί της Λέσβου και γνωρίζουν καλά την παραγωγική διαδικασία αλλά και την αγορά του ελαιολάδου. Προέρχονται από αγροτικές οικογένειες οι οποίες τους μετέδωσαν τις γνώσεις αλλά και την

εμπειρία που χρειάζονται για ένα νέο ξεκίνημα. Έτσι λοιπόν τον Αύγουστο του 2017 αποφάσισαν από κοινού να διερευνήσουν τη βιωσιμότητα και τη δυνατότητα δημιουργίας ενός τυποποιητηρίου ελαιολάδου με στόχο την προσφορά προϊόντων άριστης ποιότητας στη καλύτερη δυνατή τιμή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

#### 3.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ελιά είναι ένα από τα πιο παλιά δέντρα, που έδωσαν τροφή στον άνθρωπο και σίγουρα, ένα από τα πιο σημαντικά. Η ιστορία της, η καλλιέργειά της, οι καρποί της και ο χυμός τους – το ελαιόλαδο, συνδέθηκαν άρρηκτα με τους λαούς της Μεσογείου. Οι καρποί της ελιάς, το λάδι της, αλλά και τα κλαδιά της, χρησιμοποιήθηκαν για ανθηρό εμπόριο, έθρεψαν υγιεινά γενιές και γενιές, πρόσφεραν μακροζωία, έγιναν γιατρικό για διάφορες αρρώστιες, φώτισαν, καλλώπισαν, στεφάνωσαν και συνδέθηκαν με θρύλους, αλλά και με την πραγματική ιστορία & τον πολιτισμό της Ανατολικής Μεσογείου.

Η ελιά ήταν αναπόσπαστο μέρος της ζωής στην ανατολική Μεσόγειο, αλλά δεν μπορούμε να πούμε με ακρίβεια πότε άρχισε η συστηματική καλλιέργειά της. Υπάρχουν κονιάματα λίθων και πρέσες που χρησιμοποιούνταν για την εξαγωγή ελαιολάδου που χρονολογούνται από το 5000 π.Χ. Αναφέρεται ότι το πρώτο ελαιοτριβείο βρέθηκε στις Κλαζομενές της Ιωνίας. (στη σύγχρονη Τουρκία). Άλλες πηγές σημειώνουν ότι, το αρχαιότερο ελαιοτριβείο βρέθηκε από τον Δέφνερ, σε οροπέδιο των Μεθάνων. ( υπολογίζεται την 4η χιλιετία π.Χ), αλλά υπάρχουν και άλλες σχετικές αναφορές. Η διαδικασία της παραγωγής του ελαιολάδου έφερε στο προσκήνιο μία διαρκώς εξελισσόμενη τεχνολογία, όπου οι τραχιές πέτρες έδωσαν τη θέση τους στους ληνούς και έπειτα στους ελαιόμυλους. Έτσι η εκπίεση της ζύμης με τα χέρια πέρασε στη συμπίεση με το λοστό της Θηρασίας, στο πιεστήριο της κλασικής εποχής, τον ατέρμονα κοχλία του Ήρωνα για να ολοκληρωθεί με τους οργανωμένους πλέον «ληνεάνας». Από τους προϊστορικούς ακόμη χρόνους το ελαιόλαδο χρησιμοποιήθηκε για την κάλυψη διαφόρων αναγκών. Κατά τους ομηρικούς χρόνους, το λάδι χρησιμοποιείται κυρίως για την επάλειψη του σώματος και όχι για τροφή ή φωτισμό. Στην συνέχεια των χρόνων βρίσκουμε το ελαιόλαδο να χρησιμοποιείται, τόσο σαν

τροφή, όσο και σαν φάρμακο, και σαν καλλυντικό, αλλά και για φωτισμό και ακόμη σαν συστατικό σε διάφορα τελετουργικά διαφόρων θρησκειών και πολιτισμών . Για παράδειγμα , σαν μέσο καλλωπισμού το ελαιόλαδο το συναντούμε στην Οδύσσεια στον Τηλέμαχο, ο οποίος πλένεται με νερό και μετά αλείφεται με ελαιόλαδο.

Οι αρχαίοι Έλληνες μετέφεραν την καλλιέργεια της ελιάς στις αποικίες τους. Καθώς ο ελληνικός πληθυσμός αυξανόταν με ταχείς ρυθμούς, μετά από λίγο, δεν υπήρχε πλέον αρκετός χώρος για όλους στις πόλεις. Η πιο τολμηροί ανάμεσά τους, άρχισαν να αναζητούν νέους τόπους και έτσι ξεκίνησε η ίδρυση ελληνικών αποικιών στη Σικελία, στη νότια Γαλλία, και στη δυτική ακτή της Ισπανίας ως το 800 π.Χ. Άλλοι άποικοι πήγαν ανατολικά, φθάνοντας στις ακτές της Μαύρης Θάλασσας. Παντού όπου πήγαν, πήραν μαζί τους ελιές . Ας μη ξεχνάμε επίσης, ότι η ενασχόληση με το ελαιόλαδο ήταν η ραχοκοκαλιά του εμπορίου στον αρχαίο κόσμο. Έμποροι από τη Φοινίκη, την Κρήτη και την Αίγυπτο έκαναν γνωστό το ελαιόλαδο στη λεκάνη της Μεσογείου , στη Μαύρη θάλασσα και ακόμη μακρύτερα, από το 600 π.Χ. και μετά. Αποθετήρια βάζα ελαίου, όπως αυτά των Κομού στην Κρήτη είναι απόδειξη της σημασίας του εμπορίου του ελαιολάδου. Το ελαιόλαδο ήταν το υγρό χρυσάφι, πολλά χρόνια πριν εμφανιστεί ο μαύρος χρυσός.

Μετά τον 16ο μ.Χ. αιώνα, οι Ευρωπαίοι φτάνουν στην Αμερική και μεταφέρουν την ελιά στο Νέο Κόσμο Σήμερα υπάρχουν ελαιοκαλλιέργειες στην Καλιφόρνια, στο Μεξικό, στο Περού κ.α.. Εκτιμάται ότι σήμερα υπάρχουν περίπου 800 εκατομμύρια ελαιόδεντρα σε όλο τον κόσμο, και ότι η συντριπτική πλειοψηφία (95%) βρίσκεται στις χώρες της Μεσογείου. Τα ελαιόδεντρα καλλιεργούνται ευρέως στην Ελλάδα, πολύ περισσότερο από ό, τι οποιοδήποτε άλλο σπρωφόρο δένδρο. Αντιστοιχούν στο 75% της συνολικής δενδροκομίας και καλύπτουν περίπου το 15% της γεωργικής γης.

## **3.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΛΑΔΟΥ**

### **3.2.1 Περιγραφή Προϊόντων του Κλάδου**

Ελαιόλαδο (ή απλώς λάδι) ονομάζεται στα Ελληνικά το λάδι που προέρχεται από τους καρπούς της ελιάς. Εξάγεται με έκθλιψη των ελιών, οι οποίες πρέπει να συλλέγονται πριν από την τελική τους ωρίμανση, όταν δηλαδή έχουν χρώμα πράσινο-μελιτζανί, καθώς η ποιότητα του λαδιού τους είναι πολύ καλύτερη από αυτήν του λαδιού που εξάγεται από τους τελείως ώριμους καρπούς.



Οι κυριότερες κατηγορίες ελαιολάδου είναι οι εξής:

1. Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο. Η οξύτητά του δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g (0,8%) και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή. Στην συσκευασία του θα πρέπει να αναγράφεται: «Ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απ' ευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους». Έχει άμεμπτη γεύση και οσμή και είναι ιδανικό για σαλάτες και σάλτσες.
2. Παρθένο Ελαιόλαδο. Η οξύτητά του δεν υπερβαίνει το 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή. Στην συσκευασία του θα πρέπει να αναγράφεται: «Ελαιόλαδο που παράγεται απ' ευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους». Έχει άμεμπτη γεύση και οσμή και είναι ιδανικό για μαγείρεμα.
3. Ελαιόλαδο Λαμπάντε. Η οξύτητά του είναι μεγαλύτερη του 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή. Μπορεί να έχει κακή γεύση και οσμή. Είναι ακατάλληλο για κατανάλωση ως έχει και προορίζεται για εξευγενισμό ή αλλιώς ραφινάρισμα ή και για βιομηχανική χρήση.
4. Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο. Λαμβάνεται από τον εξευγενισμό παρθένων ελαιολάδων ενώ η οξύτητά του δεν υπερβαίνει το 0,3 % και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
5. Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο. Λαμβάνεται από τους πυρήνες της ελιάς, κατόπιν επεξεργασίας με διαλύτες ή με φυσικά μέσα ή είναι το έλαιο που αντιστοιχεί, με εξαίρεση ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, σε ελαιόλαδο Λαμπάντε.
6. Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο. Λαμβάνεται από τον εξευγενισμό του ακατέργαστου πυρηνελαίου, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 0,3% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.
7. Πυρηνέλαιο. Λαμβάνεται από ανάμειξη εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 1,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

### **3.2.2 Περιγραφή Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης – Προϊόντα Γεωγραφικής**

#### **Ένδειξης – Οργανικής Καλλιέργειας**

Η Ευρωπαϊκή Ένωση βάσει ενός νομικού πλαισίου έχει ορίσει δύο κατηγορίες αναγνώρισης ποιότητας για ορισμένα προϊόντα μεταξύ αυτών και του ελαιολάδου. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- Π.Ο.Π. (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης): Αφορά ελαιόλαδα που προέρχονται από συγκεκριμένη περιοχή, τόπο ή χώρα και των οποίων τα ποιοτικά χαρακτηριστικά οφείλονται στο ιδιαίτερο γεωγραφικό τους περιβάλλον. Τέλος όλα τα στάδια παραγωγής τους λαμβάνουν χώρα εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής τους παραγωγής.
- Π.Γ.Ε. (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη): Αφορά ελαιόλαδα που προέρχονται από συγκεκριμένη περιοχή, τόπο ή χώρα και των οποίων ένα συγκεκριμένο ποιοτικό χαρακτηριστικό ή η φήμη του οφείλεται στη γεωγραφική του προέλευση. Τέλος τουλάχιστον ένα από τα στάδια παραγωγής τους πρέπει να λαμβάνει χώρα εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής τους παραγωγής

### **Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) – Προϊόντα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.)**

<b>Αγουρέλαιο Χαλκιδικής</b>	Π.Ο.Π
<b>Αποκορώνας Χανίων Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Αρχάνες Ηρακλείου Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Βιάννος Ηρακλείου Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Βόρειος Μυλοπόταμος Ρεθύμνης</b>	Π.Ο.Π
<b>Γαλανό Μεταγγιτσίου Χαλκιδικής</b>	Π.Ο.Π
<b>Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο "Τροιζηνία"</b>	Π.Ο.Π
<b>Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Θραψανό</b>	Π.Ο.Π
<b>Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Σέλινο Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Καλαμάτας</b>	Π.Ο.Π
<b>Κολυμβάρι Χανίων Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Κρανίδι Αργολίδας</b>	Π.Ο.Π
<b>Κροκεές Λακωνίας</b>	Π.Ο.Π
<b>Λυγουριό Ασκληπείου</b>	Π.Ο.Π
<b>Μεσσαρά</b>	Π.Ο.Π
<b>Πεζά Ηρακλείου Κρήτης</b>	Π.Ο.Π
<b>Πέτρινα Λακωνίας</b>	Π.Ο.Π
<b>Σητεία Λασιθίου Κρήτης</b>	Π.Ο.Π

<b>Φοινίκι Λακωνίας</b>	Π.Ο.Π
<b>Άγιος Ματθαίος</b>	Π.Γ.Ε.
<b>Ζάκυνθος</b>	Π.Γ.Ε
<b>Θάσος</b>	Π.Γ.Ε
<b>Κεφαλονιά</b>	Π.Γ.Ε
<b>Λακωνία</b>	Π.Γ.Ε
<b>Λέσβος ή Μυτιλήνη</b>	Π.Γ.Ε
<b>Ολυμπία</b>	Π.Γ.Ε
<b>Πρέβεζα</b>	Π.Γ.Ε
<b>Ρόδος</b>	Π.Γ.Ε
<b>Σάμος</b>	Π.Γ.Ε
<b>Χανιά Κρήτης</b>	Π.Γ.Ε

*Πίνακας 3.2.1 Προϊόντα Π.Ο.Π – Π.Γ.Ε.*

### **3.2.3 Καλλιεργούμενες Εκτάσεις**

Η ελιά αποτελεί την πρώτη ύλη για την ελαιοπαραγωγή. Η Ελλάδα είναι το ιδανικό μέρος για την καλλιέργεια της ελιάς. Το κλίμα και το έδαφος ευνοούν την ανάπτυξη της. Έτσι, εκτός από δώρο της φύσης, στον τόπο μας είναι και μια επικερδής καλλιέργεια που ποτέ δεν έπαψε να κεντρίζει το ενδιαφέρον των Ελλήνων παραγωγών. Στην Ελλάδα καλλιεργούνται πολλές ποικιλίες ελαιόδεντρων που προσφέρονται για την παραγωγή ελαιολάδου υψηλής ποιότητας. Η πλειονότητα των ελαιοτριβείων προμηθεύονται την πρώτη ύλη από αγρότες με τους οποίους επιδιώκουν μακροχρόνια συνεργασία ενώ αρκετοί επιχειρηματίες με τυποποιητήρια συνήθως μεγάλου μεγέθους, διαθέτουν ιδιόκτητες καλλιέργειες.

Οι συνολικές εκτάσεις ελαιοκαλλιέργειας αυξάνονται διαχρονικά, καθώς από 688 χιλ. εκτάρια το 2013 ανήλθαν σε 1.120 χιλ. εκτάρια το 2017 με τα 680 χιλ. εκτάρια να αφορούν σε παραγωγή ελαιολάδου, τα 70 χιλ. εκτάρια σε παραγωγή επιτραπέζιας ελιάς και τα 370 χιλ εκτάρια να είναι διπλής χρήσης. . Εντούτοις σύμφωνα με έρευνα που έγινε το 2013 η Ελλάδα είναι η 3<sup>η</sup> μεγαλύτερη χώρα σε εκτάσεις ελαιοκαλλιέργειας στην Ευρωπαϊκή Ένωση (687,66 χιλ. εκτάρια), με τη Ισπανία να έρχεται πρώτη (2.194,43 χιλ. εκτάρια) και την Ιταλία δεύτερη (900,81 χιλ. εκτάρια).

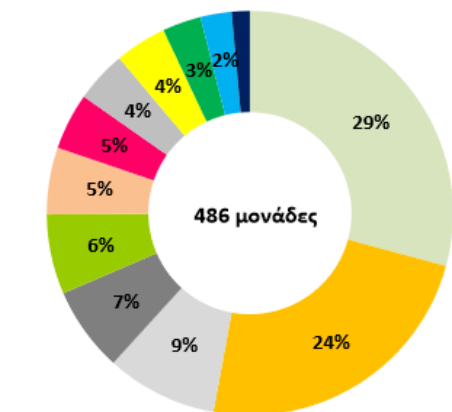
### Εκτάσεις Ελαιοκαλλιέργειας στην Ε.Ε. (2013)

Χώρα	Έκταση (σε χιλ. εκτάρια)	Μερίδιο
Ισπανία	2.194,43	52,7%
Ιταλία	900,81	21,6%
Ελλάδα	687,66	16,5%
Λοιπές Χώρες	384,01	9,2%

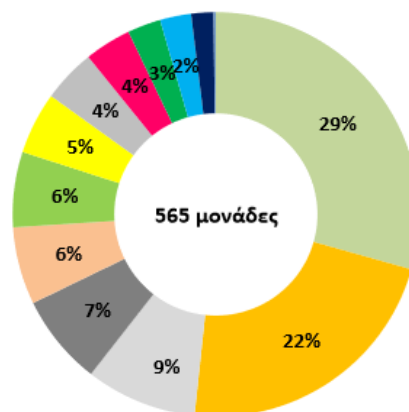
Πίνακας 3.2.2 Εκτάσεις Ελαιοκαλλιέργειας στην Ε.Ε.

Περισσότερο από το 50% των τυποποιητικών μονάδων ελαιόλαδου βρίσκονται στην Πελοπόννησο και στη Κρήτη. Σημειώνεται επίσης ότι οι τυποποιητικές μονάδες ελαιόλαδου αυξήθηκαν, βάσει των στοιχείων του ΥΠΑΑΤ, από 486 τον Οκτώβριο του 2015 σε 565 το Σεπτέμβριο του 2017.

Διάρθρωση τυποποιητικών μονάδων ελαιόλαδου ανά Περιφέρεια (Οκτώβριος 2015)



Διάρθρωση τυποποιητικών μονάδων ελαιόλαδου ανά Περιφέρεια (Σεπτέμβριος 2017)



- Πελοπόννησος
- Κρήτη
- Αττική
- Δ.Ελλάδα
- Κεντρική Μακεδονία
- Στερεά Ελλάδα
- Β.Αιγαίο
- Αν.Μακεδονία & Θράκη
- Ιόνια νησιά
- Θεσσαλία
- Ν. Αιγαίο
- Ήπειρος
- Ηλεία

Πίνακας 3.2.3 Τυποποιητικές Μονάδες Ελαιόλαδου ανά Περιφέρεια

### **3.2.4 Διάκριση Πελατών και Κίνητρα Αγοράς Ελαιολάδου**

Στη συγκεκριμένη αγορά του ελαιόλαδου γίνεται η διάκριση μεταξύ της ζεστής αγοράς η οποία αναφέρεται στην κατανάλωση που γίνεται στο σπίτι και στην κρύα αγορά η οποία αναφέρεται στους χώρους μαζικής εστίασης και διασκέδασης.

Η κατανάλωση λαδιού στην Ελλάδα είναι συνδεδεμένη τόσο με τις διατροφικές συνήθειες όσο και με τις κοινωνικές περιστάσεις. Σύμφωνα με μελέτες η σωστή κατανάλωση ελαιολάδου και ιδιαίτερα του έξτρα παρθένου κάνει πολύ καλό στην υγεία. Το ελαιόλαδο καταναλώνεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Ο μέσος Έλληνας καταναλωτής δεν έχει ιδιαίτερες γνώσεις γι αυτό, με συνέπεια να μην παρουσιάζεται πρόθυμος να ανταμείψει την προστιθέμενη αξία ορισμένων ελαιολάδων και να επιλέγει την πιο οικονομική λύση. Στο πλαίσιο αυτό και λόγω της οικονομικής κρίσης παρατηρείται στροφή των καταναλωτών στο μη τυποποιημένο (χύμα) λάδι.

### **3.2.5 Κανάλια Διανομής**

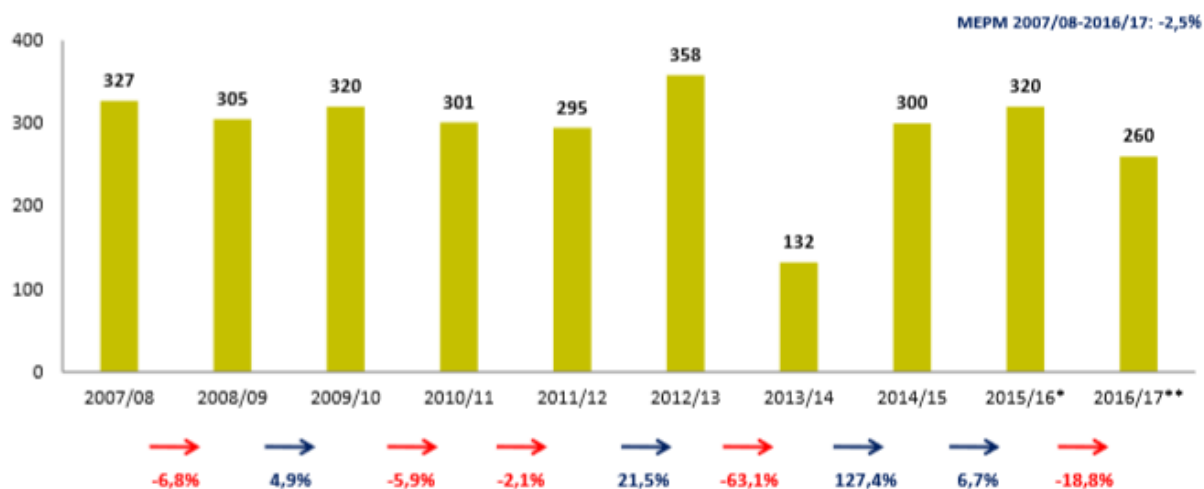
Οι επιχειρήσεις του κλάδου διακινούν τα προϊόντα τους στο εσωτερικό μέσω χονδρεμπόρων, κυρίως εξειδικευμένων στο χώρο των ποτών και των τροφίμων, με αποκλειστικές και μη συμφωνίες συνεργασίας. Οι χονδρέμποροι προμηθεύουν τα δίκτυα λιανικής πώλησης, τα οποία αποτελούνται κατά κύριο λόγο, από τα super-markets, τα μαγαζιά παραδοσιακών προϊόντων και τα σημεία εστίασης. Όσον αφορά την αγορά στο εξωτερικό οι παραγωγοί πραγματοποιούν απευθείας συνεργασίες με αντιπροσώπους ή εισαγωγείς των οποίων κύριοι πελάτες είναι τα καταστήματα delicatessen, χονδρέμποροι της κάθε χώρας, αλυσίδες super-markets αλλά και οι τελικοί καταναλωτές. Οι συνεταιρισμοί και οι επιχειρήσεις μικρού μεγέθους στηρίζονται κυρίως στην προώθηση των προϊόντων τους σε τοπικό επίπεδο.

## **3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ**

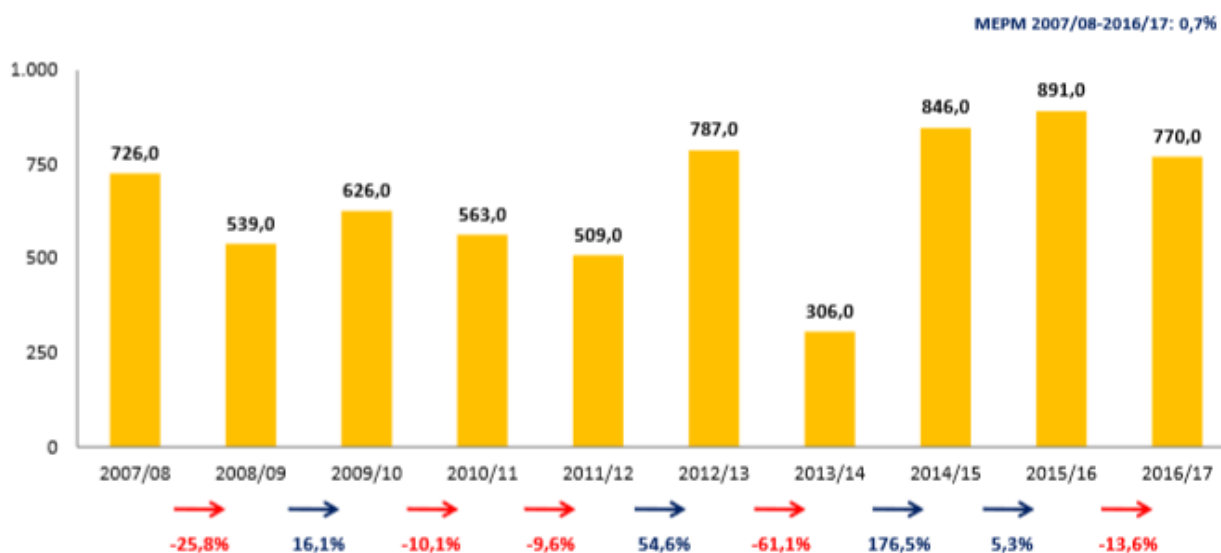
### **3.3.1. Εγχώρια Παραγωγή Ελαιολάδου**

Η εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου παρουσιάζει διακυμάνσεις από έτος σε έτος. Την περίοδο 2016/17 εκτιμάται ότι σημείωσε μείωση 18,8% σε σχέση με την περίοδο 2014/15 που αυξήθηκε 127,4% σε όρους ποσότητας. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη βροχών καθώς και στην εμφάνιση του μικροβίου (δάκος). Σε χρηματική αξία, υπολογίζεται ότι διαμορφώθηκε στο επίπεδο των €770 εκ.

το 2016/17, σημειώνοντας μείωση 13,6% σε σχέση με το 2015/16 που βρισκόταν στο ύψος των 891 εκατομμυρίων ευρώ.



Πίνακας 3.3.1 Εγχώρια Παραγωγή Ελαιολάδου σε χιλ. Τόνους



Σημείωση: Τα έτη αφορούν στην ελαιοκομική περίοδο, η οποία υπολογίζεται από τον Οκτώβριο έως το Σεπτέμβριο του επόμενου έτους.

\*Προσωρινά στοιχεία

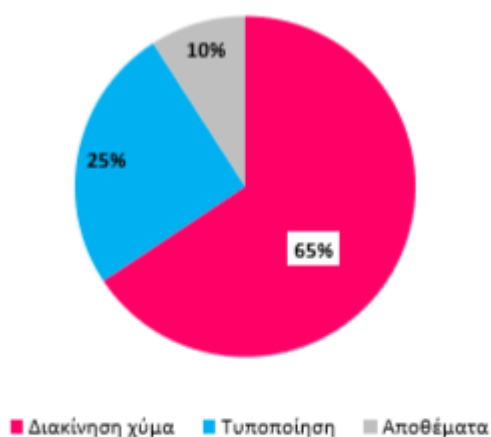
\*\*Εκτίμηση

Πηγή: International Olive Oil Council

Πίνακας 3.3.2 Αξία Εγχώριας Παραγωγής Ελαιολάδου σε εκ. Ευρώ

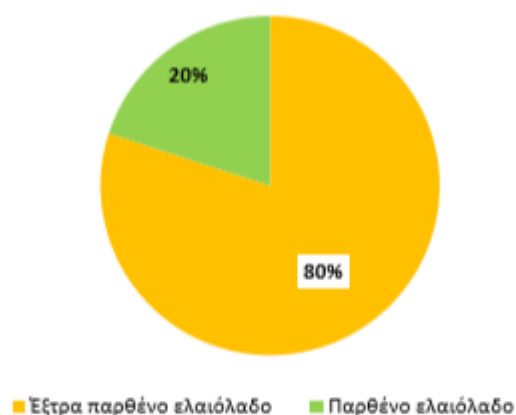
Το ποσοστό της εγχώριας παραγωγής ελαιόλαδου που προωθείται προς τυποποίηση παραμένει διαχρονικά περιορισμένο, γεγονός που αποτελεί ανταγωνιστικό μειονέκτημα του κλάδου. Κατά κύριο λόγο η μεγαλύτερη ποσότητα διακινείται σε χύμα μορφή (65%) ενώ μόνο το 25% οδηγείται σε τυποποίηση. Παράλληλα το 80% της παραγωγής ασχολείται με το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο γεγονός που μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών, Τέλος εκτιμάται ότι, το μερίδιο του

έξτρα παρθένου ελαιόλαδου στη συνολική εγχώρια παραγωγή είναι υψηλότερο από ότι στην Ιταλία και στην Ισπανία.



Πίνακας 3.3.4

*Μέση Ποσοστιαία Κατανομή Εγχώριας Παραγωγής Ελαιόλαδου, σε Όρους Ποσότητας*

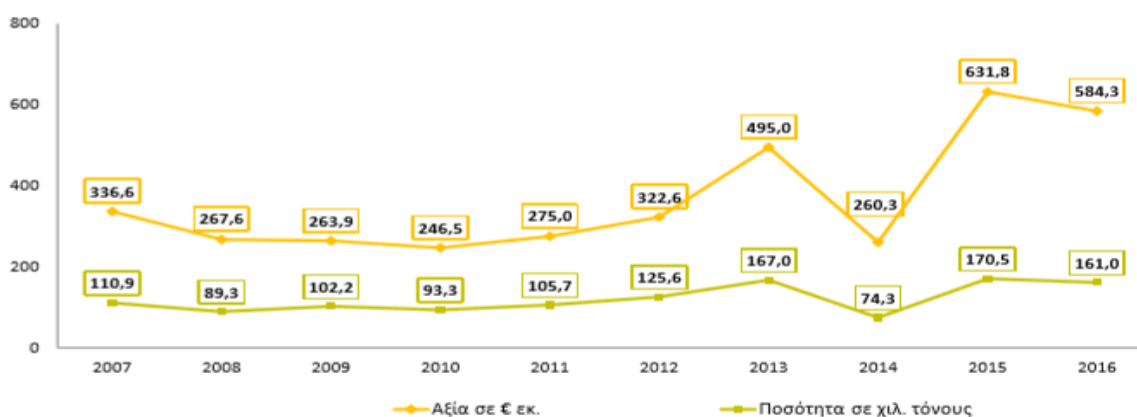


Πίνακας 3.3.3

*Μέση Διάρθρωση Εγχώριας Παραγωγής Ελαιόλαδου, ανά Κατηγορία σε Όρους Ποσότητας*

### 3.3.2 Εξαγωγές Ελαιολάδου

Σε γενικές γραμμές οι εξαγωγές ελαιόλαδου έχουν μια σταθερή πορεία με εξαίρεση το έτος 2014 όπου οι τιμές πέφτουν κατακόρυφα, ενώ το 2015 αυξάνονται περισσότερο από 100%, με μία μικρή πάλι πτώση τον επόμενο χρόνο. Η αύξηση των εξαγωγών σε αξία κατά 142% το 2015 οφείλεται κυρίως στην αύξηση των εξαγωγών στην Ιταλία στην οποία κατευθύνεται διαχρονικά η πλειονότητα των εξαγωγών ελαιόλαδου και αφορά κυρίως σε μη τυποποιημένο ελαιόλαδο, στερώντας τη δυνατότητα αξιοποίησης της προστιθέμενης αξίας των τυποποιημένων προϊόντων.



Πίνακας 3.3.5 Εξαγωγές Ελαιολάδου 2007 - 2016

Η μέση τιμή ελληνικών εξαγωγών του ελαιόλαδου διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από την αγορά της Ιταλίας. Σύμφωνα με έρευνες της ΕΛ.ΣΤΑΤ το ελαιόλαδο εξήχθη σε περισσότερες από 90 χώρες το 2016. Στην Ελλάδα αποτελεί βασικό εξαγωγίμο προϊόν και εμφανίζει διαχρονικά συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους κλάδους, όσον αφορά στον εξαγωγικό του προσανατολισμό.



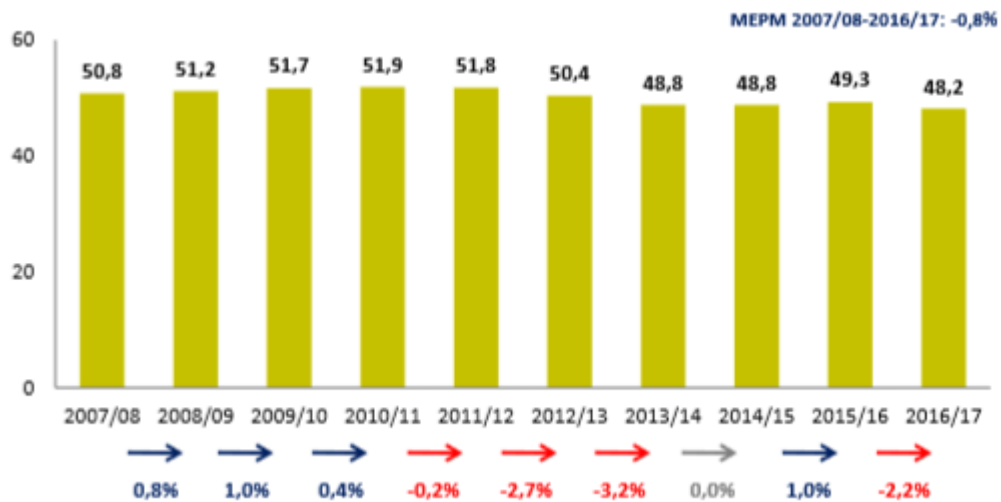
*Πίνακας 3.3.5 Συγκριτικό Πλεονέκτημα Εξαγωγών Ελαιολάδου*

Συμπερασματικά η εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου υπολογίζεται σε 260 χιλ. τόνους, αξίας €770 εκ. την ελαιοκομική περίοδο 2016/17, παρουσιάζοντας πτώση 18,8% και 13,6% αντίστοιχα, σε σχέση με την περίοδο 2015/16 και Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) -2,5% σε ποσότητα και 0,7% σε αξία, το χρονικό διάστημα 2007/08-2016/17.

### **3.3.3 Εγχώρια Αγορά Τυποποιημένου Ελαιολάδου**

Η εγχώρια αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου κινείται σταθερά τα τελευταία χρόνια και διαμορφώνεται σε 49,3 χιλ. τόνων το 2015/16. Ωστόσο, το 2016/17 παρατηρείται μείωση της εγχώριας αγοράς κατά 2,2% και αυτό γιατί ολοένα και περισσότεροι Έλληνες καταναλωτές στρέφονται στην αγορά του χύμα ελαιόλαδου. Η κατανάλωση μη τυποποιημένου (χύμα) λαδιού, λαμβάνοντας υπόψη και την ιδιοκατανάλωση η οποία κατέχει αρκετά μεγάλο ποσοστό στην Ελλάδα, εκτιμάται σε 112 χιλ. τόνους το 2016/17, κατέχοντας το 70% της αγοράς. Η διάρθρωση της εγχώριας αγοράς ελαιόλαδου παραμένει σχετικά σταθερή διαχρονικά. Αλλαγή στο γεγονός αυτό αναμένεται να προκαλέσει η υπουργική απόφαση, σύμφωνα με την οποία τα εστιατόρια υποχρεούνται να διαθέτουν ελαιόλαδο σε συσκευασία μίας χρήσης από 1/1/2018.





Πίνακας 3.3.6 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Τυποποιημένου Ελαιόλαδου σε χιλ. Τόνους

### 3.3.4 Χαρακτηριστικά της Ζήτησης

Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση του ελαιολάδου είναι οι εξής:

- ✓ Οικονομικές συνθήκες

Η ύφεση έχει επιδράσει σημαντικά στον περιορισμό του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών και κατ' επέκταση στη συρρίκνωση της ιδιωτικής κατανάλωσης και ειδικότερα των εξόδων για διασκέδαση. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου η κρίση έχει επηρεάσει κυρίως τα προϊόντα με λιανική πώληση άνω των 5€.

- ✓ Διατροφικές συνήθειες

Η κατανάλωση ελαιολάδου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις παραδόσεις των μεσογειακών λαών. Η τάση για υγιεινή διατροφή ευνοεί την κατανάλωσή του λόγω των ευεργετικών επιδράσεων που έχει στον ανθρώπινο οργανισμό. Η χρήση του ελαιόλαδου κατά την προετοιμασία του φαγητού λειτουργεί αντιοξειδωτικά, βελτιώνει τη λειτουργία του νευρικού συστήματος, βοηθά τη λειτουργία της καρδιάς

- ✓ Τουρισμός

Καθώς ο ελληνικός τουρισμός αυξάνεται με ταχείς ρυθμούς χρόνο με τον χρόνο, αυξάνεται παράλληλα και η ζήτηση για ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα. Μέσα από τους χώρους

εστίασης οι τουρίστες γνωρίζουν το ελληνικό ελαιόλαδο και το αποζητούν σε διεθνείς και εγχώριες αγορές.

#### ✓ Διαφήμιση

Η διαφήμιση αποτελεί έναν από τους κύριους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του ελαιόλαδου. Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν μεγάλα ποσά για την προβολή των προϊόντων τους με σκοπό να επηρεάσουν τους καταναλωτές.

Παρακάτω παρατίθεται μία έρευνα που αφορά τον οικογενειακό προϋπολογισμό και βλέπουμε ότι η μέση μηνιαία δαπάνη για ελαιόλαδο είναι αρκετά μεγαλύτερη συγκριτικά με το σπορέλαιο και το φυτικό βούτυρο και ακολουθεί το συνολικό εισόδημα των καταναλωτών.

Χαρακτηριστικά νοικοκυριών	Όλα τα νοικοκυριά	< €750	€751-€1.100	€1.101-€1.450	€1.451-€1.800	€1.801-€2.200	€2.201-€2.800	€2.801-€3.500	> €3.501
Ελαιόλαδο	14,10	9,45	12,47	13,65	14,30	15,94	16,10	17,90	19,48 <sup>1</sup>
Σπορέλαια	1,62	1,39	1,39	1,86	1,67	1,53	1,79	1,86	1,66
Φυτικό βούτυρο	1,45	0,89	1,13	1,47	1,53	1,72	1,54	1,97	2,21
Λουπά	0,55	0,29	0,30	0,47	0,35	0,75	0,97	0,94	1,07
Σύνολο για έλαια και λίπη	17,72	12,02	15,29	17,45	17,85	19,94	20,40	22,67	24,42

Πίνακας 3.3.7 Μηνιαίες δαπάνες νοικοκυριών (σε €) κατά μηνιαίο συνολικό εισόδημα (2016)

Σύμφωνα με την έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών της ΕΛ.ΣΤΑΤ, το εισόδημα του νοικοκυριού έχει καθοριστική σημασία όχι μόνο για τη ποσοτική ζήτηση του ελαιολάδου, αλλά και για την ποιοτική. Αντίθετα όμως και δεδομένης της οικονομικής κρίσης, δεν φαίνεται να υποκαθίσταται η κατανάλωσή του από το σπορέλαιο ή το φυτικό βούτυρο.

### 3.3.5 Μελλοντική Ζήτηση

Τέλος θα προσπαθήσουμε να προσδιορίσουμε την μελλοντική κατανάλωση του ελαιολάδου στην Ελλάδα βασιζόμενοι σε στοιχεία που έχουμε πάρει από τη μελέτη της Διεύθυνσης Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας με θέμα «Ελαιόλαδο, Δημιουργώντας το Ελληνικό Brand». Όπως παρατηρούμε λοιπόν από τον πίνακα 3.3.8 η ζήτηση για ελαιόλαδο αναμένεται να αυξηθεί

όπως επίσης και η προσφορά του. Βέβαια παρά την αύξηση της παραγωγής, οι τιμές για το ελαιόλαδο αναμένεται να αυξηθούν ελαφρά σε € 2,7 / kg το 2020 από 2,5 ευρώ / kg το 2014 καθώς η ζήτηση θα είναι μεγαλύτερη από την προσφορά και το ύψος των επιδοτήσεων αρκετά μειωμένο.

<b>International Olive Oil Market: Estimates for basic variables</b>		
	<b>2012-15</b>	<b>2020</b>
<b>DEMAND*</b>	<b>3.0</b>	<b>3.4</b>
3 countries	1.3	1.4
other countries	1.7	2.0
<b>SUPPLY*</b>	<b>2.8</b>	<b>3.3</b>
3 countries	1.9	2.1
other countries	0.9	1.2
<b>PRICES**</b>	<b>2.5</b>	<b>2.7</b>
*in million tons		
**Producer price: €/kg of olive oil		
Source: Eurostat, Faostat, NBG estimates		

Πίνακας 3.3.8 Εκτιμήσεις βασικών μεταβλητών της διεθνούς αγοράς ελαιολάδου

### 3.4 ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρατίθενται πίνακες μέσω των οποίων βλέπουμε πως κινείται η Διεθνής Αγοράς του ελαιόλαδου. Θα αναφερθούμε στην παγκόσμια παραγωγή και κατανάλωσή του, αλλά και στις εισαγωγές και εξαγωγές λοιπών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και όχι μόνο.

#### 3.4.1. Παγκόσμια Παραγωγή Ελαιόλαδου

Για την περίοδο 2016/17 η παγκόσμια παραγωγή ελαιόλαδου αναμένεται να διαμορφωθεί στα επίπεδα του 2007/08, σε 2,7 εκ. τόνους, ποσότητα χαμηλότερη σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα βλέπουμε μία σημαντική αύξηση το 2011. Από εκείνο το έτος και μετά η παραγωγή ελαιόλαδου είναι συνεχώς μεταβαλλόμενη με την μεγαλύτερη της μείωση να καταγράφεται το έτος 2012.

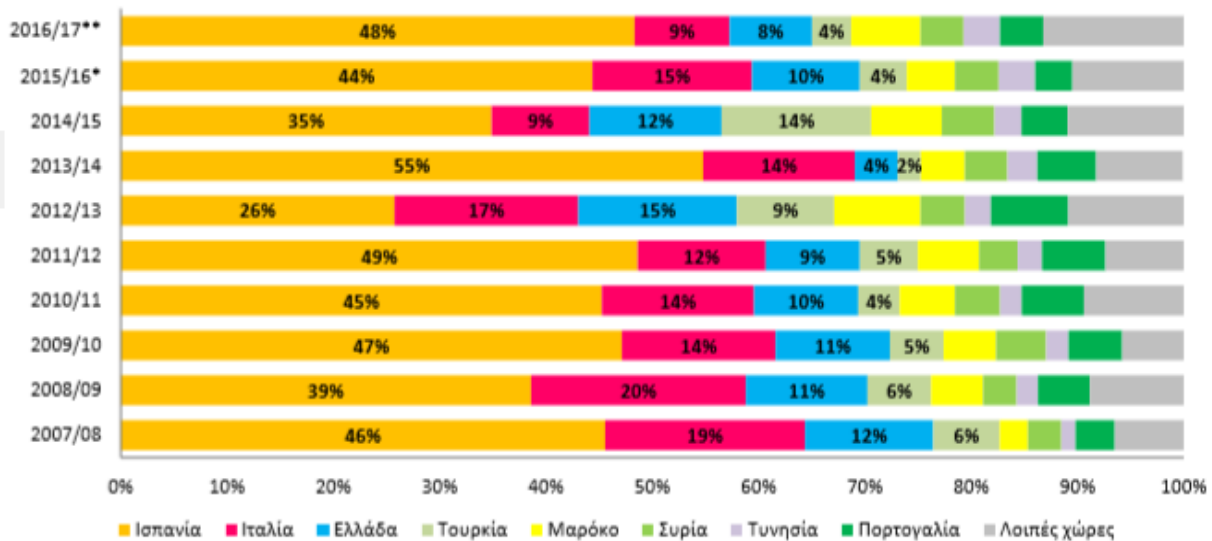
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι χώρες με την μεγαλύτερη παραγωγή κρασιού.

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 3<sup>η</sup> θέση παγκοσμίως καθώς είναι πολύ γνωστή για την εξαιρετικής ποιότητας ελαιολάδου της, ενώ το έτος 2014/15 και 2016/17 κατέλαβε την 2<sup>η</sup> θέση. Όπως βλέπουμε μόνο η Ελλάδα, η Ιταλία και η Τυνησία παρουσίασαν αρνητικό ΜΕΡΜ σε όρους ποσότητας την περίοδο 2007-2017.

Παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους (2007/08-2016/17)											
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16*	2016/17**	ΜΕΡΜ
Ισπανία	1.236,1	1.030,0	1.401,5	1.391,9	1.615,0	618,2	1.781,5	842,2	1.401,6	1.311,3	0,7%
<b>Ελλάδα</b>	<b>327,2</b>	<b>305,0</b>	<b>320,0</b>	<b>301,0</b>	<b>294,6</b>	<b>357,9</b>	<b>132,0</b>	<b>300,0</b>	<b>320,0</b>	<b>260,0</b>	<b>-2,5%</b>
Ιταλία	510,0	540,0	430,0	440,0	399,2	415,5	463,7	222,0	474,6	243,0	-7,9%
Τουρκία	72,0	130,0	147,0	160,0	191,0	195,0	135,0	160,0	143,0	177,0	10,5%
Μαρόκο	85,0	85,0	140,0	130,0	120,0	100,0	130,0	120,0	130,0	110,0	2,9%
Συρία	100,0	130,0	150,0	180,0	198,0	175,0	180,0	105,0	110,0	110,0	1,1%
Τυνησία	170,0	160,0	150,0	120,0	182,0	220,0	70,0	340,0	140,0	100,0	-5,7%
Πορτογαλία	36,3	53,4	62,5	62,9	76,2	59,2	91,6	61,0	109,1	93,6	11,0%
Λοιπές χώρες	176,4	236,1	172,5	289,2	245,0	260,7	265,0	264,8	331,2	309,2	6,4%
<b>Σύνολο</b>	<b>2.713,0</b>	<b>2.669,5</b>	<b>2.973,5</b>	<b>3.075,0</b>	<b>3.321,0</b>	<b>2.401,5</b>	<b>3.252,0</b>	<b>2.458,0</b>	<b>3.159,5</b>	<b>2.713,5</b>	<b>0,0%</b>

Πίνακας 3.4.1 Παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου ανά χώρα

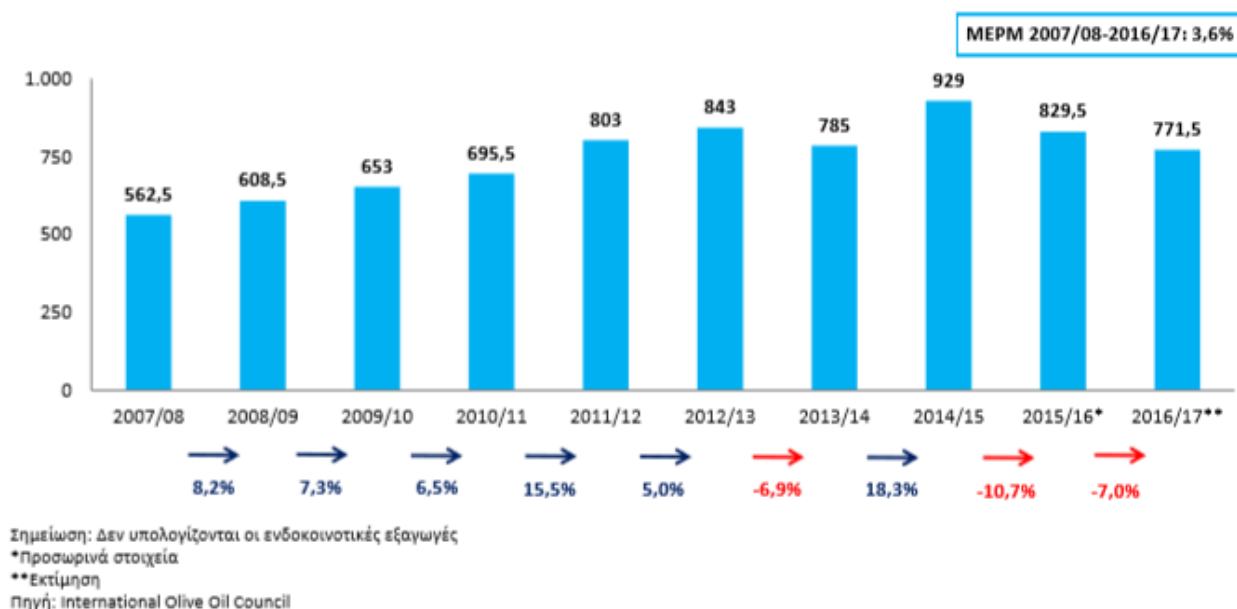
Παραπάνω από το 50% της παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου την τελευταία 10ετία προέρχεται από τις χώρες της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Ελλάδας, ενώ σε κάποια έτη το ποσοστό αυτό ξεπερνά το 70%. Το μερίδιο παραγωγής ελαιόλαδου σε Μαρόκο, Συρία, Τουρκία και Τυνησία είχε σημαντική αύξηση το 2012/13 και ξανά το 2014/15, λόγω των δυσμενών καιρικών συνθηκών στην Ευρώπη την αντίστοιχη περίοδο.



Πίνακας 3.4.2 Διάρθρωση παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου ανά χώρα

### 3.4.2. Παγκόσμια Εξαγωγή Ελαιόλαδου

Το παγκόσμιο ποσοστό των εξαγωγών ελαιόλαδου παρουσιάζει ανοδική πορεία από το 2007 έως το 2015, με μια μικρή πτώση το 2014 ύψους 6,9%. Παρατηρούμε επίσης ότι το 2016 εμφανίζει πτώση 10,7% σε σχέση με το 2014, ενώ εκτιμάται περαιτέρω μείωση το 2017.



Πίνακας 3.4.3 Παγκόσμιες εξαγωγές ελαιόλαδου, σε χιλ. τόνους

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα οι χώρες με τη μεγαλύτερη εξαγωγική δραστηριότητα είναι η Ισπανία, η Ιταλία και η Τυνησία. Το Μαρόκο και η Ισπανία παρουσιάζουν σημαντική άνοδο στις εξαγωγές ελαιόλαδου με MEPM 29,2% και 10,7% αντίστοιχα την τελευταία δεκαετία.

Παγκόσμιες εξαγωγές ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους, χωρίς να υπολογίζονται οι ενδοκοινοτικές συναλλαγές (2007/08-2016/17)											
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16*	2016/17**	MEPM
Ισπανία	133,9	153,4	196,5	196,2	248,0	197,6	289,7	236,8	326,1	335,0	10,7%
Ιταλία	180,2	176,9	195,1	223,5	233,2	217,6	233,3	199,6	219,5	190,7	0,6%
Τυνησία	130,0	142,0	97,0	108,0	129,5	170,0	58,0	304,0	100,0	75,0	-5,9%
Πορτογαλία	29,0	30,7	35,8	42,7	51,5	50,5	53,8	47,6	47,0	47,0	5,5%
Τουρκία	15,0	31,0	29,5	12,0	20,0	92,0	35,0	30,0	20,0	30,0	8,0%
Μαρόκο	2,0	3,0	21,0	30,5	11,0	10,0	9,5	25,0	16,5	20,0	29,2%
Ελλάδα	9,8	11,0	12,0	13,0	15,5	18,0	15,7	16,8	10,2	10,2	0,4%
Συρία	20,0	15,0	18,0	23,0	25,0	30,0	10,0	0,0	5,0	5,0	-14,3%
Λοιπές χώρες	42,6	45,5	48,1	46,6	69,3	57,3	80,0	69,2	85,2	58,6	3,6%
<b>Σύνολο</b>	<b>562,5</b>	<b>608,5</b>	<b>653,0</b>	<b>695,5</b>	<b>803,0</b>	<b>843,0</b>	<b>785,0</b>	<b>929,0</b>	<b>829,5</b>	<b>771,5</b>	<b>3,6%</b>

\*Προσωρινά στοιχεία \*\*Εκτίμηση  
 Πηγή: International Olive Oil Council, DG Agriculture and Rural Development, EU

Πίνακας 3.4.4 Παγκόσμιες εξαγωγές ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους

Αυτό που μας κάνει όμως μεγαλύτερη εντύπωση είναι τα χαμηλά ποσοστά εξαγωγών που κατέχει η Ελλάδα σε αντίθεση με τη παραγωγική της δύναμη.

Παρακάτω αναφέρονται επιγραμματικά τα εμπόδια που επηρεάζουν την εξαγωγική δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων.

<b>Οικονομικά Εμπόδια</b>	<b>Εμπόδια στην Προώθηση και Μάρκετινγκ</b>	<b>Πολιτικά Εμπόδια</b>
<b>Υψηλές Τιμές</b>	Ανταγωνισμός	Γραφειοκρατία
<b>Υψηλά Μεταφορικά Κόστη</b>	Έλλειψη Μάρκετινγκ	Αναχρονιστική Νομοθεσία
<b>Υψηλά Κόστη Παραγωγής</b>	Έλλειψη ενδιαφέροντος για εξαγωγές	Έλλειψη Συνεργασίας
<b>Απαίτηση Υψηλών Επενδύσεων</b>	Σύγκριση μεταξύ υποκατάστατων αγαθών	Απαγόρευση φθηνών μεθόδων παραγωγής
<b>Ανεπάρκεια Παραγόμενων Ποσοτήτων</b>	Κακό παρελθόν	Έλλειψη πιστοποιημένου συστήματος πιστοποίησης των κλώνων τοπικών ποικιλιών

Πηγή: C. Papalexioy 'Barriers to the export of Greek Wine', 2009

*Πίνακας 3.4.5 Εμπόδια Εξαγωγικής Δραστηριότητας*

### **3.4.3. Παγκόσμιες Εισαγωγές Ελαιόλαδου**

Στην ελληνική αγορά οι εισαγωγές όπως και οι τιμές των εισαγόμενων ελαιολάδων λόγω και τις οικονομικής κρίσης έχουν υποστεί μείωση. Όσον αφορά την επιλογή του λαδιού, η προτίμηση προς τα ελληνικά προϊόντα είναι συντριπτική σε ποσοστό 95,1%. Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους συμβαίνει αυτό είναι η καλύτερη ποιότητα (41,3%), που θεωρείται ότι έχουν τα ελληνικά ελαιόλαδα και στη συνέχεια η γεύση (31,2%). Την ποιότητά τους προκρίνουν κυρίως τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω, ενώ για τους νεότερους 18-24 ετών, σημαντικότερο κριτήριο επιλογής είναι η γεύση.

Μείωση 10,6% εκτιμάται ότι σημειώθηκε το 2015/16 στις παγκόσμιες εισαγωγές ελαιόλαδου, όπου διαμορφώθηκαν σε 822,5 χιλ. τόνους, ενώ μικρότερη μείωση εκτιμάται για το 2016/17. Στις

παγκόσμιες εισαγωγές ελαιόλαδου τη μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάζει η Κίνα με ΜΕΡΜ 13,9% την περίοδο 2008/09-2016/17.

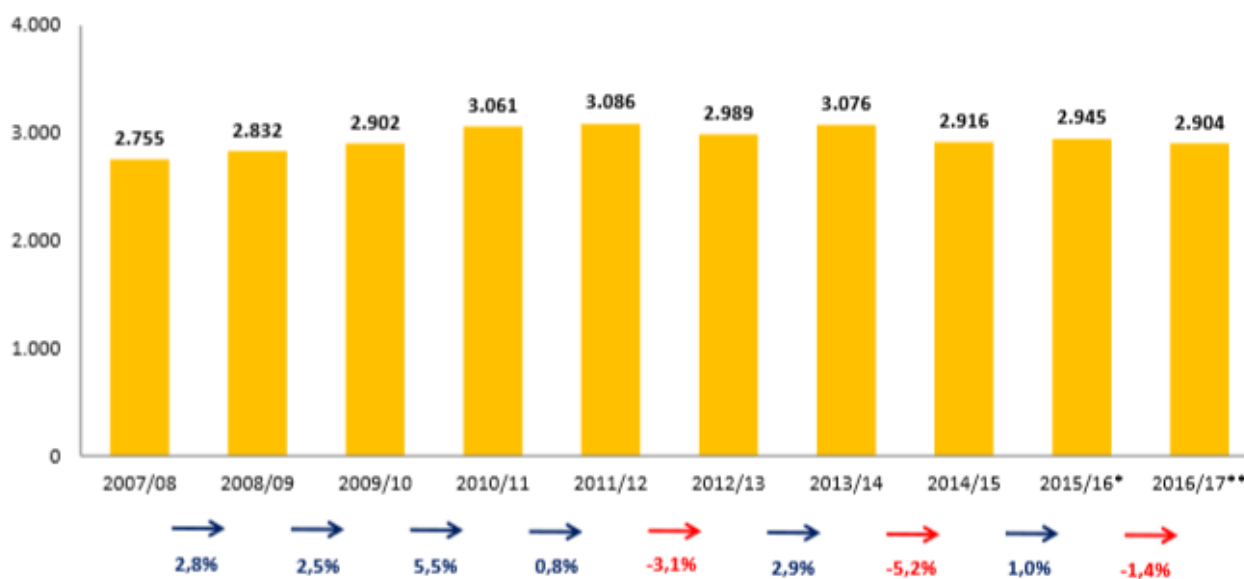
Παγκόσμιες εισαγωγές ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους, χωρίς να υπολογίζονται οι ενδοκοινοτικές συναλλαγές (2007/08-2016/17)											
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16*	2016/17**	ΜΕΡΜ
ΗΠΑ	245,0	255,0	258,0	275,0	300,0	288,0	302,5	294,5	314,0	304,0	2,4%
Ιταλία	116,6	79,5	56,3	58,0	73,9	79,2	70,0	96,0	66,0	70,0	-5,5%
Ιαπωνία	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	53,5	53,0	6,9%
Βραζιλία	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	50,0	49,0	2,3%
Καναδάς	29,0	30,0	37,0	40,0	39,5	37,0	40,5	37,5	41,0	41,0	3,9%
Κίνα	ΜΔ	12,0	18,0	29,5	40,0	39,0	32,0	31,0	34,0	34,0	13,9%***
Αυστραλία	27,0	28,5	35,0	32,0	31,5	28,5	28,0	22,0	24,0	24,0	-1,3%
Ρωσία	17,0	15,0	22,0	21,0	24,0	27,0	30,0	19,0	19,5	19,0	1,2%
Λουπές χώρες	132,4	108,5	134,7	152,0	149,1	230,3	167,5	191,5	220,5	197,5	4,5%
<b>Σύνολο</b>	<b>636,0</b>	<b>600,5</b>	<b>652,0</b>	<b>704,5</b>	<b>769,0</b>	<b>853,0</b>	<b>779,5</b>	<b>920,5</b>	<b>822,5</b>	<b>791,5</b>	<b>2,5%</b>

\*Προσωρινά στοιχεία, \*\*Εκτίμηση, \*\*\* Αφορά στην περίοδο 2008/09-2016/17.  
Πηγή: International Olive Oil Council, DG Agriculture and Rural Development, EU

Πίνακας 3.4.6 Παγκόσμιες εισαγωγές ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους

### 3.4.4 Παγκόσμια Κατανάλωση Ελαιόλαδου

Από το έτος 2007 έως το έτος 2011 όπως διακρίνουμε και παρακάτω η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου αυξάνεται. Γενικότερα από το έτος 2007 και μετά η κατανάλωση ελαιολάδου έχει αυξηθεί αισθητά με εξαίρεση τα έτη 2012 και 2014 όπου είχαμε μια μικρή πτώση.



Πίνακας 3.4.7 Παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου, σε χιλ. τόνους

Όσον αφορά τη παγκόσμια κατάταξη όπως βλέπουμε και στον παρακάτω πίνακα η κατανάλωση ελαιολάδου στην Ελλάδα ήταν πτωτική σε αντίθεση με τον υπόλοιπο κόσμο. Η Ελλάδα στην συγκεκριμένη κατάταξη κατέχει την 4<sup>η</sup> θέση.

Παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους (2007/08-2016/17)											
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16*	2016/17**	ΜΕΡΜ
Ιταλία	705,0	710,0	675,7	660,0	610,0	550,0	641,1	571,7	583,1	562,0	-2,5%
Ισπανία	546,3	533,6	539,4	554,2	574,0	486,9	524,8	492,2	502,5	505,0	-0,9%
ΗΠΑ	246,0	256,0	258,0	275,0	300,0	287,0	301,5	295,0	310,0	306,0	2,5%
<b>Ελλάδα</b>	<b>264,0</b>	<b>229,0</b>	<b>228,5</b>	<b>227,5</b>	<b>200,0</b>	<b>180,0</b>	<b>140,0</b>	<b>130,0</b>	<b>140,0</b>	<b>140,0</b>	<b>-6,8%</b>
Τουρκία	85,0	108,0	110,0	131,0	150,0	150,0	105,0	125,0	124,0	130,0	4,8%
Μαρόκο	65,0	70,0	90,0	100,0	122,0	129,0	120,0	120,0	120,0	100,0	4,9%
Γαλλία	101,6	113,5	114,8	112,8	112,0	113,1	110,6	106,0	102,0	107,0	0,6%
Συρία	80,0	110,0	120,5	130,5	135,5	160,5	170,5	126,0	105,0	105,0	3,1%
Πορτογαλία	75,8	87,5	87,8	82,0	78,0	74,0	75,0	70,0	70,0	70,0	-0,9%
Ην. Βασίλειο	56,1	56,4	55,3	69,5	59,2	62,0	61,3	62,9	58,7	60,0	0,7%
Γερμανία	48,0	47,7	50,1	58,8	61,0	60,5	66,0	64,2	58,2	59,7	2,5%
Ιαπωνία	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	53,5	53,0	6,9%
Βραζιλία	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	50,0	49,0	2,3%
Τυνησία	50,0	21,0	30,0	30,0	35,0	40,0	37,0	30,0	35,0	35,0	-3,9%
Λοιπές χώρες	362,7	416,8	450,9	532,7	537,8	572,0	596,2	597,5	633,0	622,03	6,2%
<b>Σύνολο</b>	<b>2.754,5</b>	<b>2.831,5</b>	<b>2.902,0</b>	<b>3.061,0</b>	<b>3.085,5</b>	<b>2.989,0</b>	<b>3.075,5</b>	<b>2.916,0</b>	<b>2.945,0</b>	<b>2.904,0</b>	<b>0,6%</b>

\*Προσωρινά στοιχεία

\*\*Εκτίμηση

Πηγή: International Olive Oil Council

*Πίνακας 3.4.8 Παγκόσμια κατανάλωση ελαιόλαδου, ανά χώρα, σε χιλ. τόνους*

Στην αγορά των ΗΠΑ αναμένεται αύξηση της κατανάλωσης ελαιόλαδου της τάξεως του 26%. Η αυξητική αυτή τάση δείχνει να εδραιώνει το ελαιόλαδο όλο και πιο πολύ όχι μόνο στο καθημερινό τραπέζι των Αμερικανών, αλλά και στη συνείδηση του καταναλωτή ως ένα από τα πλέον υγιεινά προϊόντα με εκλεπτυσμένη γεύση και απεριόριστη ποικιλία χρήσεων. Η κατανάλωση ελαιόλαδου τείνει να γίνει διατροφική συνήθεια για τον μέσο Αμερικανό, όσο το πρότυπο της μεσογειακής διατροφής κατακτά σταθερά την αγορά προϊόντων διατροφής.

Στην Ιαπωνία, την αγορά με την ταχύτερη ανάπτυξη, εκτιμάται ότι θα αυξηθεί η κατανάλωση ελαιόλαδου έχοντας ως δεδομένα την δυναμική της ιαπωνικής αγοράς η οποία εδραιώνει ολοένα και περισσότερο το ελαιόλαδο στην διατροφή της, αλλά την εκστρατεία προώθησης του ελαιόλαδου που εγκαινίασε στην Ιαπωνία το Διεθνές Συμβούλιο Ελιάς (IOC) το 2015.



## 3.5 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

### 3.5.1 Κυριότερη Κοινοτική Νομοθεσία

- ΕΚ 615/2014: Θεσπίζει τις λεπτομέρειες εφαρμογής του ΕΚ 1308/2013, όσον αφορά στην εφαρμογή των προγραμμάτων εργασίας στον τομέα του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών, τις τροποποιήσεις τους, την καταβολή της ενίσχυσης, συμπεριλαμβανομένων των προκαταβολών, τις διαδικασίες εγγυοδοσίας και το ύψος της εγγύησης που πρέπει να κατατίθεται όταν υποβάλλεται αίτηση για την έγκριση προγράμματος εργασιών και όταν χορηγείται προκαταβολή από την ενίσχυση
- ΕΚ 611/2014: Θεσπίζει συμπληρωματικούς κανόνες του ΕΚ 1308/2013, όσον αφορά στα επιλέξιμα για χρηματοδότηση από την ΕΕ μέτρα, την ελάχιστη χρηματοδότηση συγκεκριμένων τομέων, καθώς και τα κριτήρια και τις λεπτομέρειες έγκρισης των προγραμμάτων εργασίας στον τομέα του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών (καταργεί τον ΕΚ 867/2008).
- ΕΚ 1308/2013: Θεσπίζει την κοινή οργάνωση των αγορών γεωργικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών (π.χ. τρόπος λειτουργίας εσωτερικής αγοράς, κατώτατες τιμές αναφοράς, προγράμματα στήριξης, πρότυπα εμπορίας, διεπαγγελματικές οργανώσεις κ.ά.). Καταργεί τον ΕΚ 1234/2007.
- ΕΕ 29/2012: Πρόκειται για τον εκτελεστικό κανονισμό για τα πρότυπα εμπορίας του ελαιόλαδου (π.χ. συσκευασία, σήμανση, προσδιορισμός καταγωγής κ.ά.).
- ΕΚ 865/2004: Αποτελεί τροποποίηση του Κανονισμού 827/1968 και αφορά στην κοινή οργάνωση της αγοράς του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών. Μεταξύ άλλων, θέτει τους όρους και τις προϋποθέσεις για τον τρόπο λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς (π.χ. προδιαγραφές εμπορίας, οργανώσεις φορέων) και τις εισαγωγές από τρίτες χώρες (π.χ. άδειες, δασμοί).
- ΕΚ 852/2004: Θεσπίζει τους κανόνες για την υγιεινή των τροφίμων (υποχρεώσεις υπευθύνων επιχειρήσεων τροφίμων, έλεγχοι, συνθήκες εισαγωγών και εξαγωγών κ.ά.)

### 3.5.2 Κυριότερη Εθνική Νομοθεσία

- ΥΑ/91354/ (ΦΕΚ Β/ 2983/30.08. 2017): Κωδικοποίηση Κανόνων Διακίνησης και Εμπορίας Προϊόντων και Παροχής Υπηρεσιών (Κανόνες ΔΙ.Ε.Π.Π.Υ.). (Άρθρα 1-14, 39-44) Τονίζεται ότι το άρθρο 39 προβλέπει ότι η προφορά ελαιόλαδου στα εστιατόρια πρέπει

να γίνεται σε σφραγισμένες συσκευασίες μιας χρήσης. Η χρήση επώνυμου λαδιού δεν αφορά το νωπό λάδι με το οποίο θα μαγειρεύονται τα φαγητά, αλλά το λάδι που στο εξής θα σερβίρεται στο τραπέζι εφόσον το ζητά ο καταναλωτής.

- ΥΑ 218/7541/ 2015: Καθορίζει τα αναγκαία συμπληρωματικά μέτρα για την εφαρμογή των ΕΚ 1308/2013, ΕΚ 611/2015 και ΕΚ 615/2015, όσον αφορά στις επιλέξιμες για χρηματοδότηση δραστηριότητες και την κατανομή των διαθέσιμων ανά έτος οικονομικών πόρων για προγράμματα εργασίας των Οργανώσεων Ελαιουργικών Φορέων (ΟΕΦ). Τροποποιήσεις: ΥΑ 2623/57222/25.05.2015, ΥΑ 3119/70244/23.06.15, ΥΑ 4799/110253/12.10.15, ΥΑ 5322/124482/13.11.15, ΥΑ946/24252/25.02.16, ΥΑ 5008/114045/13.10.16
- Νόμος 4254/2014 (Υποπαράγραφος ΣΤ.9): Αφορά στην άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον κλάδο της επεξεργασίας τροφίμων. Ειδικότερα, ορίζει ότι το ελαιόλαδο που προορίζεται για την κατανάλωση σε εστιατόρια, νοσοκομεία, καντίνες ή άλλες παρόμοιες εγκαταστάσεις, μπορεί, εκτός από τη συσκευασία των 5 λίτρων, να διακινείται σε συσκευασίες 10, 20, 25 και 50 λίτρων
- ΥΑ 5746/157266 /2014: Καθορίζει τα αναγκαία συμπληρωματικά μέτρα για την εφαρμογή του ΕΚ 1308/2013, όσον αφορά στην αναγνώριση των Οργανώσεων Παραγωγών και Ενώσεων Οργανώσεων Παραγωγών στον τομέα του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών (π.χ. αρμόδιες αρχές, δικαιούχοι αναγνώρισης, διαδικασία αναγνώρισης, έλεγχοι κ.ά.).
- ΥΑ 263343/2010: Καθορίζει τις λεπτομέρειες εφαρμογής της ΥΑ 262345/2010, η οποία αφορά στα αναγκαία συμπληρωματικά μέτρα προκειμένου να εφαρμοστούν τα καθεστώτα στήριξης στους παραγωγούς ελαιοκομικών προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) ή Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ).
- ΚΥΑ 323902/2009: Καθορίζει τα μέτρα εφαρμογής της Κοινοτικής νομοθεσίας όσον αφορά στις προδιαγραφές εμπορίας του ελαιόλαδου.

### 3.5.3. Προδιαγραφές Τυποποιητηρίων για την Έκδοση Βεβαιώσεων Καταλληλότητας (με βάση τις διατάξεις του Καν. ΕΚ 852/2004 και της εθνικής νομοθεσίας)

#### 1. Απαιτήσεις υγιεινής για τους χώρους του τυποποιητηρίου:

- Οι χώροι του τυποποιητηρίου πρέπει να διατηρούνται καθαροί και σε καλή κατάσταση.
- Η διαρρύθμιση, η κατασκευή και οι διαστάσεις του πρέπει:
  - α) να επιτρέπουν επαρκή συντήρηση και καθαρισμό,
  - β) να επιτρέπουν ορθές πρακτικές υγιεινής των προϊόντων
  - γ) να παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες χειρισμού και αποθήκευσης υπό ελεγχόμενη θερμοκρασία και με επαρκή χωρητικότητα για τη διατήρηση του ελαιόλαδου στην κατάλληλη θερμοκρασία και υγρασία με δυνατότητα καταγραφής της θερμοκρασίας στα σημεία που απαιτείται.
- Οι επιφάνειες των τοίχων και οι θύρες πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση στεγανών, μη απορροφητικών και μη τοξικών υλικών (πχ πλακάκια, εποξειδικές ρητίνες, panel κλπ) που να μπορούν να πλένονται, οι δε επιφάνειες πρέπει να είναι λείες μέχρις ύψους κατάλληλου για τις εργασίες.
  - Τα δάπεδα (και ιδίως το δάπεδο του χώρου όπου γίνεται η παραλαβή του ελαιόλαδου καθώς και του χώρου όπου βρίσκονται τα γεμιστικά) πρέπει να επιτρέπουν τον καλό καθαρισμό τους και την επαρκή αποστράγγιση της επιφάνειας αυτών.
  - Οι οροφές (ή εάν δεν υπάρχουν οροφές, η εσωτερική επιφάνεια της στέγης) και ό,τι είναι στερεωμένο σε αυτές πρέπει να είναι σχεδιασμένες και κατασκευασμένες έτσι ώστε να περιορίζεται η ανάπτυξη ανεπιθύμητης μούχλας και η πτώση σωματιδίων.
  - Τα παράθυρα τα οποία μπορούν να ανοίγουν προς την ύπαιθρο πρέπει να είναι εφοδιασμένα με δικτυωτά πλέγματα προστασίας από τα έντομα. Όταν το άνοιγμα των παραθύρων μπορεί να προκαλέσει την οποιαδήποτε μόλυνση, τα παράθυρα πρέπει να παραμένουν κλειστά και σφραγισμένα κατά τη διάρκεια της τυποποίησης.

- Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες εγκαταστάσεις για τον καθαρισμό, την απολύμανση και την αποθήκευση των σκευών και του εξοπλισμού εργασίας. Οι εγκαταστάσεις αυτές πρέπει να είναι κατασκευασμένες από υλικό ανθεκτικό στη διάβρωση, να μπορούν να καθαρίζονται εύκολα και να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού και κρύου νερού. Συνίσταται η χρήση συσκευής παραγωγής ατμού για τον αποτελεσματικό καθαρισμό των διαφόρων επιφανειών.
- Πρέπει να υπάρχουν επαρκή αποχωρητήρια με καζανάκια, συνδεδεμένα με κατάλληλο αποχετευτικό σύστημα.
- Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός νιπτήρων, εγκατεστημένων στα κατάλληλα σημεία και προοριζόμενων ειδικά για το πλύσιμο των χεριών. Οι νιπτήρες πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ζεστό και κρύο τρεχούμενο νερό και με υλικά για τον καθαρισμό των χεριών και το υγιεινό τους στέγνωμα.
- Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα και επαρκή μέσα φυσικού αερισμού. Τα συστήματα εξαερισμού πρέπει να είναι κατασκευασμένα κατά τρόπο που να προσφέρουν εύκολη πρόσβαση σε εξαρτήματα που χρειάζονται καθαρισμό ή αντικατάσταση.
- Οι εγκαταστάσεις υγιεινής πρέπει να διαθέτουν κατάλληλο φυσικό ή μηχανικό εξαερισμό.
- Οι χώροι του τυποποιητηρίου πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή/και τεχνητό φωτισμό.
- Οι αποχετευτικές εγκαταστάσεις πρέπει να σχεδιάζονται και να κατασκευάζονται κατά τρόπο που να αποκλείει τον κίνδυνο μόλυνσης των χώρων όπου γίνεται ο χειρισμός του ελαιόλαδου.
- Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα αποδυτήρια του προσωπικού.
- Τα προϊόντα καθαρισμού πρέπει να είναι καταχωρημένα στο μητρώο του Γενικού Χημείου του Κράτους και δεν πρέπει να αποθηκεύονται σε χώρους όπου γίνεται χειρισμός του ελαιόλαδου.

## 2. Απαιτήσεις εξοπλισμού:

A) Τα οινοποιεία πρέπει να διαθέτουν τουλάχιστον τα εξής:

- Δεξαμενές σταθεροποίησης και ενδεχομένως αποθήκευσης. Τα τυχόν επιχρίσματα των δεξαμενών θα πρέπει να είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 10 του Ν. 396/1976.

- Αντλία και διηθητήρες (φίλτρα)
- Δοχεία - περιέκτες. Τα τυχόν επιχρίσματα των δοχείων θα πρέπει να είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 10 του Ν. 396/1976.
- Χημικό εργαστήριο, σύμφωνα με τις διατάξεις της παραγράφου 6 (δ) του άρθρου 9 του Ν.Δ. 243/1969, όπως αντικαταστάθηκε από το άρθρο 7 του Ν. 427/1976, ή ανάθεση των σχετικών αναλύσεων σε ιδιωτικό χημικό εργαστήριο.
- Ελαιοκομικές ουσίες, οι οποίες πρέπει να είναι σύμφωνες με την ισχύουσα νομοθεσία της ΕΕ [Καν. (ΕΚ) 606/2009].

B) Κάθε αντικείμενο, συσκευή ή εξοπλισμός, με το οποίο έρχεται σε επαφή το ελαιόλαδο πρέπει:

- Να καθαρίζεται αποτελεσματικά και όταν είναι εντελώς αναγκαίο να απολυμαίνεται. Ο καθαρισμός και η απολύμανση πρέπει να πραγματοποιούνται συχνά ώστε να αποφεύγεται κάθε κίνδυνος μόλυνσης.
- Να είναι κατασκευασμένο με κατάλληλο τρόπο, από κατάλληλα υλικά και να διατηρείται σε καλή κατάσταση ώστε να ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος μόλυνσης.
- Να είναι εγκατεστημένο κατά τρόπο που να επιτρέπει επαρκή καθαρισμό του λοιπού εξοπλισμού και των πέριξ χώρων.
- Να μην υπάρχει περίπτωση να μπορεί να προκαλέσει την επιμόλυνση του ελαιολάδου με χημικούς ρυπαντές (πχ από τα ψυκτικά υγρά των δεξαμενών, τα λιπαντικά των μηχανημάτων, τα επιχρίσματα των επιφανειών τους κλπ).
- Τα μηχανήματα και ιδίως οι δεξαμενές συνίσταται να είναι κατασκευασμένα από ανοξείδωτο χάλυβα.
- Οι πλαστικές σωληνώσεις και οι πλαστικοί περιέκτες, όπου υπάρχουν, πρέπει να είναι κατάλληλοι για τρόφιμα και να αποκλείεται κάθε περίπτωση μετανάστευσης ουσιών από αυτούς στο ελαιόλαδο. .

3. Απαιτήσεις για την παροχή νερού:

- Πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή νερού για ανθρώπινη κατανάλωση για το πλύσιμο των δεξαμενών, των ελαιοδοχείων, των φιαλών, των μηχανημάτων κλπ. Στις περιπτώσεις που χρησιμοποιείται μη πόσιμο νερό (πχ για πυροσβεστική χρήση) πρέπει να κυκλοφορεί σε χωριστό δίκτυο που να φέρει τη σχετική ένδειξη.

Το μη πόσιμο νερό δεν πρέπει να συνδέεται με τα δίκτυα πόσιμου νερού ούτε να υπάρχει η δυνατότητα αναρροής στα δίκτυα πόσιμου νερού.

4. Απαιτήσεις ατομικής υγιεινής (ενδεικτικά):

- Θα πρέπει να απαιτείται υψηλός βαθμός ατομικής καθαριότητας από κάθε πρόσωπο που εργάζεται σε χώρους του τυποποιητηρίου.
- Θα πρέπει να απαγορεύεται ο χειρισμός του ελαιολάδου και η είσοδος σε χώρους του τυποποιητηρίου οποιουδήποτε προσώπου πάσχει από νόσημα ή είναι φορέας νοσήματος που μεταδίδεται δια των τροφών, ή προσώπου που φέρει μολυσμένα τραύματα ή πάσχει από δερματική μόλυνση, έλκη ή διάρροια, εάν υφίσταται κίνδυνος άμεσης ή έμμεσης μόλυνσης. Κάθε πρόσωπο απασχολούμενο σε τυποποιητήριο το οποίο έχει προσβληθεί με κάποια από τις ανωτέρω ασθένειες και ενδέχεται να έλθει σε επαφή με το ελαιόλαδο, θα πρέπει να αναφέρει αμέσως την ασθένεια ή τα συμπτώματα, και ει δυνατόν τα αίτιά τους στον ανώτερό του.

5. Απαιτήσεις για τα απορρίμματα και τα υποπροϊόντα:

Τα απορρίμματα πρέπει να συλλέγονται σε ειδικούς περιέκτες και να απομακρύνονται το ταχύτερο από χώρους όπου κρατείται το ελαιόλαδο ώστε να αποφεύγεται η συσσώρευσή τους.

### **3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι ο χώρος όπου η διοίκηση αναζητά ευκαιρίες και πιθανές απειλές που μπορεί να την επηρεάσουν. Το εξωτερικό περιβάλλον χωρίζεται στο μακρο-περιβάλλον και το μικρο-περιβάλλον.

Η καλύτερη μέθοδος για να αναλυθεί το μακρο-περιβάλλον είναι η PEST Analysis (Political – Economical – Societal – Technological) όπου αναλύεται το οικονομικό, τεχνολογικό, πολιτικό και κοινωνικο-πολιτιστικό περιβάλλον. Για την ανάλυση του μικρο-περιβάλλοντος θα χρησιμοποιηθεί το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter οι οποίες είναι: α) η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο, β) η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες γ) η

διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, δ) η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών, ε) η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων.

### **3.6.1. PEST Analysis**

Παρακάτω αναλύεται το μάκρο-περιβάλλον που αφορά τον κλάδο της ελαιοπαραγωγής.

#### **Πολιτικό Περιβάλλον (P)**

Η μεγάλη εγχώρια κρίση στην οποία βρισκόμαστε έχει προξενήσει αναστάτωση στον κλάδο της ελαιοπαραγωγής όπως και σε ολόκληρη τη χώρα. Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δεν χαρακτηρίζεται από πολιτική σταθερότητα με αποτέλεσμα η επιχειρηματικότητα να μην κάνει σημαντικά βήματα προόδου. Το ελληνικό κράτος προσπαθεί να δημιουργήσει ένα σωστό επιχειρηματικό περιβάλλον όσον αφορά την τυποποίηση ελαιολάδου για να μπορέσει να προσελκύσει Έλληνες και ξένους επενδυτές κάτι όμως που δεν έχει καταφέρει να πετύχει σε μεγάλο βαθμό. Από τη μία κάνει κινήσεις για επιδοτήσεις και προσπάθεια απλούστευσης των διαδικασιών και από την άλλη βλέπουμε να γίνονται αλλαγές στο φορολογικό σύστημα όπως οι συνεχείς αυξήσεις στον Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ). Επιπλέον ένα βασικό σημείο που πάσχει το φορολογικό κράτος είναι η πολύ έντονη γραφειοκρατία του δημοσίου τομέα.

#### **Οικονομικό Περιβάλλον (E)**

Το οικονομικό περιβάλλον επηρεάζει τόσο τις μεγάλες όσο και τις μικρές επιχειρήσεις. Ο πληθωρισμός, οι μεταβολές στο διαθέσιμο κεφάλαιο, το χρηματιστήριο και ο ανταγωνισμός αποτελούν παράγοντες που επηρεάζουν το επιχειρηματικό περιβάλλον. Όλα τα μέτρα που έχουν ληφθεί τα τελευταία χρόνια από τις εκάστοτε κυβερνήσεις είχαν σαν αποτέλεσμα να εκτοξευθεί η ανεργία και να μειωθεί η αγοραστική δύναμη των πολιτών. Επιπλέον οικονομικά μεγέθη της χώρας όπως το ΑΕΠ βλέπουμε ότι βαίνουν συνεχώς μειούμενα. Λόγω των παραπάνω το ύψος των επιχειρηματικών επενδύσεων μειώνεται συνεχώς. Από το 2016 όμως και μετά παρατηρούνται κάποια βήματα ανάπτυξης. Η έξοδος από τα μνημόνια το 2018 ανακτά τη χαμένη εμπιστοσύνη και ενισχύει τις επενδύσεις αυξάνοντας παράλληλα τις εξαγωγές και βελτιώνοντας την ανταγωνιστικότητα. Τέλος οι μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας έχουν βελτιώσει την ευελιξία και με αυτόν τον τρόπο την παραγωγικότητα.

## **Κοινωνικο-Πολιτιστικό Περιβάλλον (S)**

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθούν συνεχώς τις αλλαγές και τις τάσεις που συμβαίνουν στο κοινωνικο-πολιτιστικό περιβάλλον καθώς είναι δυνατόν να τις επηρεάσει. Σημαντικό ρόλο παίζει ο σύγχρονος τρόπος ζωής, οι πολλές ώρες εργασίας και ο μειωμένος χρόνος που έχουμε στη διάθεσή μας. Πολύ σημαντικό επίσης είναι οι επιχειρήσεις να αναλύουν τις συνήθειες των αγοραστών, τη σύνθεση του πληθυσμού καθώς και όλα τα δημογραφικά στοιχεία που διαθέτουν.

## **Τεχνολογικό Περιβάλλον (T)**

Στον κλάδο της ελαιολάδου που μελετάται στην παρούσα εργασία βλέπουμε μία συνεχή ανάπτυξη της τεχνολογίας. Βλέπουμε ότι ειδικότερα οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν αυτοματοποιήσει τις μεθόδους τυποποίησης και διαθέτουν εξοπλισμό και μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας. Επίσης χρησιμοποιούνται τελευταίας τεχνολογίας συστήματα ελεγχόμενης θερμοκρασίας των χώρων παραγωγής και συντήρησης.

Η καινοτομία αποτελεί σημαντικό παράγοντα στον κλάδο του ελαιολάδου. Οι αυξημένες ανάγκες των καταναλωτών, οι οποίες μεταβάλλονται με πολύ γρήγορους ρυθμούς, οδήγησαν τον εν λόγω κλάδο να δημιουργεί νέα προϊόντα, που θα μπορέσουν να είναι ανταγωνιστικά και καινοτόμα και ταυτόχρονα υψηλής ποιότητας. Η Έρευνα & Ανάπτυξη (R&D) παίζει σημαντικό ρόλο στα αποτελέσματα της καινοτομίας των επιχειρήσεων και γι' αυτό το λόγο οι επενδύσεις για R&D είναι ένας από τους πιο ισχυρούς μηχανισμούς για τον προσδιορισμό του επιπέδου της καινοτομίας στον κλάδο αυτό. Κατά την τελευταία δεκαετία, η Ελλάδα παρουσιάζει χαμηλά επίπεδα δαπανών για R&D ως ποσοστό του εθνικού ΑΕΠ, κυρίως λόγω των πολύ χαμηλών δαπανών για R&D στον ιδιωτικό τομέα (σύμφωνα με τις πρόσφατες εκθέσεις Innovation Union Scoreboard της Ευρωπαϊκής Επιτροπής). Η απροθυμία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων για τη χρηματοδότηση καινοτόμων δραστηριοτήτων και ριψοκίνδυνων επενδύσεων είναι μερικοί από τους καθοριστικούς παράγοντες που εμποδίζουν την αξιοποίηση πόρων για R&D.

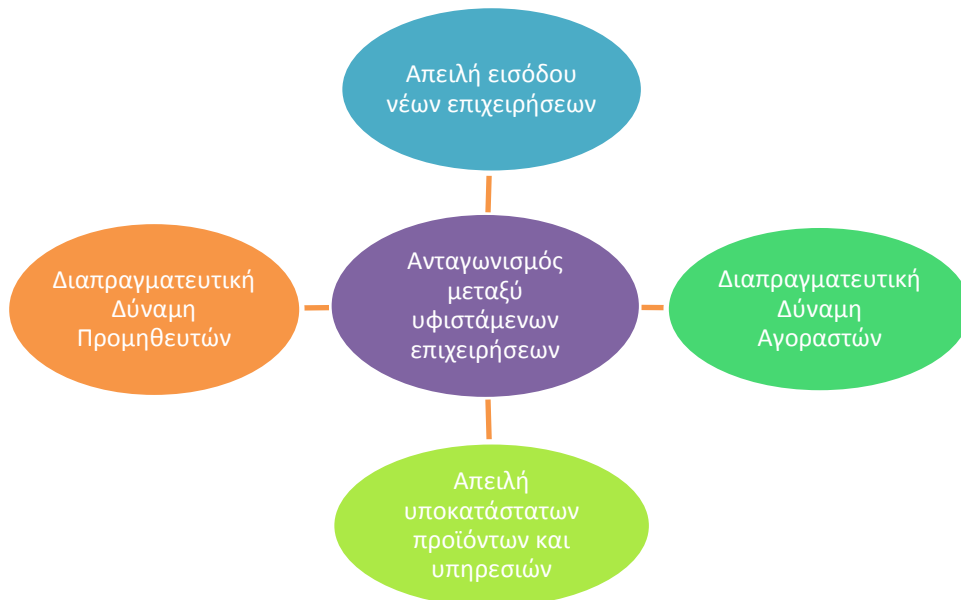
### **3.6.2 Υπόδειγμα Porter**

Παρακάτω θα αναλυθεί το μικρο-περιβάλλον του κλάδου της οινοποιίας σύμφωνα με το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter. Όπως προαναφέρθηκε οι πέντε δυνάμεις είναι οι εξής:

- ✓ η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο
- ✓ β) η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες
- ✓ γ) η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών



- ✓ δ) η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών
- ✓ ε) η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων



*Πίνακας 3.6.1 Υπόδειγμα Porter*

### **Είσοδος νέων επιχειρήσεων**

Με δεδομένο ότι η εγχώρια αγορά ελαιόλαδου παρουσιάζει μείωση την τελευταία δεκαετία, κίνητρο για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο αποτελεί η ανοδική πορεία της εγχώριας αγοράς επιτραπέζιων ελιών και η ανοδική πορεία των εξαγωγών των εξεταζόμενων προϊόντων. Το γεγονός ότι δεν απαιτούνται υψηλά κεφάλαια για την έναρξη δραστηριοποίησης στον κλάδο, αλλά και η απουσία θεσμικών εμποδίων καθιστά σχετικά απλή την είσοδο νέων επιχειρήσεων. Παράλληλα η ύπαρξη μηδαμινών διαφοροποιήσεων μεταξύ προϊόντων της ίδιας κατηγορίας αυξάνει την ένταση του ανταγωνισμού και καθιστά μικρό το κόστος αλλαγής του πελάτη. Παρόλο που ο συγκεκριμένος κλάδος δεν χρησιμοποιεί κάποια προηγμένη τεχνολογία, ωστόσο απαιτείται η τεχνογνωσία για την είσοδο μιας νέας επιχείρησης.

Παρόλο που δεν υφίστανται σημαντικά εμπόδια εισόδου είναι δύσκολο μία επιχείρηση να καθιερωθεί στον κλάδο γιατί δραστηριοποιούνται εδραιωμένες επιχειρήσεις, με τεχνογνωσία στην παραγωγή, εύκολη πρόσβαση στην πρώτη ύλη και πολλά χρόνια εμπειρίας.

## **Ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου**

Ο ανταγωνισμός στο συγκεκριμένο κλάδο είναι πολύ έντονος, κυρίως λόγω του μεγάλου αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι οποίες είναι σχετικά ίσης δυναμικότητας και μεγέθους. Ο ανταγωνισμός εστιάζεται κυρίως στη τιμή διάθεσης των προϊόντων, στη διαφοροποίηση σε επίπεδο γεύσης, αρώματος, συσκευασίας και τέλους στους όρους συνεργασίας με τα δίκτυα διανομής. Παράλληλα οι καταναλωτές στα επώνυμα προϊόντα του κλάδου δηλώνουν πιστότητα στη μάρκα. Ωστόσο, η ολοένα και μεγαλύτερη διακίνηση χύμα ελαιολάδου, περιορίζει την πιστότητα αυτή και αυξάνει την ένταση του ανταγωνισμού.

## **Κίνδυνοι από Υποκατάστατα ή Υπηρεσίες**

Υποκατάστατα θεωρούνται τα υπόλοιπα έλαια και ειδικότερα το πυρηνέλαιο και τα σπορέλαια, τα οποία αν και δε διαθέτουν τις ευεργετικές ιδιότητες του ελαιολάδου ωστόσο προτιμώνται λόγω της χαμηλής τιμής τους. Ωστόσο η τάση των καταναλωτών για υγιεινότερο τρόπο ζωής και οι ευεργετικές ιδιότητες του ελαιολάδου συντελούν θετικά.

## **Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών**

Η διαπραγματευτική δύναμη των ελαιοπαραγωγών είναι χαμηλή δεδομένου ότι το πλήθος τους είναι μεγάλο, ο αριθμός αγοραστών μικρός και δεν υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές διάθεσης των προϊόντων τους. Επίσης το γεγονός ότι η πρώτη ύλη είναι αναντικατάστατη αλλά και ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στα προϊόντα των προμηθευτών, καθιστούν περιορισμένη τη διαπραγματευτική τους δύναμη. Η διαφοροποίηση υπάρχει μόνο στη περίπτωση υψηλής ποιότητας ή βιολογικών προϊόντων. Επιπλέον σημαντικό ρόλο παίζουν οι καιρικές συνθήκες που διαμορφώνουν τη σοδειά και τη συνολική προσφορά του ελαιόλαδου και τις τιμές.

Τέλος η ύπαρξη πολλών αγροτικών συνεταιρισμών που τυποποιούν τα προϊόντα τους αποτελεί παράδειγμα της δυνατότητας κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός, αυξάνοντας την ένταση του ανταγωνισμού. Στον κλάδο δραστηριοποιείται περιορισμένος αριθμός μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων με ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, ενώ οι υπόλοιπες επιχειρήσεις είναι μικρομεσαίου μεγέθους. Ωστόσο, το μέγεθός τους είναι συνήθως μεγαλύτερο από τους αγρότες προμηθευτές τους.

## **Διαπραγματευτική Δύναμη Πελατών**

Η διαπραγματευτική δύναμη των χονδρεμπόρων και των δικτύων λιανικής (super markets, χώροι εστίασης κ.τ.λ.) είναι πολύ μεγάλη λόγω του μεγάλου μεγέθους τους και της άμεσης επαφής με τους πελάτες, που τους δίνει τη δυνατότητα να κατευθύνουν τις πωλήσεις. Οι ιδιώτες καταναλωτές που αποτελούν τους τελικούς αποδέκτες των προϊόντων μέσω των καταστημάτων λιανικής ή των χώρων εστίασης, δεν έχουν ουσιαστική διαπραγματευτική δύναμη. Τέλος από την πλευρά των καταναλωτών η διαφοροποίηση των προϊόντων είναι χαμηλή, ακόμη και στα τυποποιημένα προϊόντα, με αποτέλεσμα στη συγκεκριμένη περίπτωση η διαπραγματευτική δύναμή τους να είναι υψηλή.

## **3.7 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **3.7.1. Στόχοι του Marketing**

Βασικός στόχος της διεύθυνσης του ‘‘Lesvos Oil’’ είναι να συγκεκριμενοποιήσει τις ομάδες των πελατών που την ενδιαφέρουν με σκοπό να δημιουργήσει μακροπρόθεσμες σχέσεις συνεργασίας, να κτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης και φυσικά να αυξήσει τις πωλήσεις της επιχείρησης.

#### **Όραμα:**

Αύξησης της αντιλαμβανόμενης αξίας που προσφέρει η επιχείρησή μας στις ποικιλίες επώνυμων και τυποποιημένων ελαιολάδων.

#### **Διαφήμιση**

Οι περισσότερες ελαιοπαραγωγικές μονάδες διαφημίζονται μέσω έντυπων και κλαδικών περιοδικών γευσιγνωσίας, ενώ υπάρχει ένα μικρό ποσοστό που διαφημίζει τα λάδια του μέσω πληρωμένων διαφημίσεων στο χώρο της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Σημαντική ανάπτυξη εμφανίζει και η παρουσία της πληρωμένης διαφήμισης μέσω διαδικτύου. Η προωθητική συμπεριφορά με επιπλέον διαφημιστικές κινήσεις θα έχει σαν σκοπό να αυξηθεί η πελατεία στην Ελλάδα και να βελτιωθούν οι αποδόσεις των επενδυμένων κεφαλαίων. Παρόλα αυτά, αν δεν συμβεί αυτό τότε η επένδυση στην διαφήμιση δεν μπορεί να θεωρηθεί επιζήμια καθώς προσφέρει ενημέρωση των καταναλωτών για την έντονη παρουσία των προϊόντων στον κλάδο.

Αναφορικά με τη διαφημιστική προσέγγιση της επιχείρησή μας, στόχος μας είναι η εμπειριστατωμένη και εξαρχής στιβαρή στόχευση του κατάλληλου κοινού. Αυτό λοιπόν, μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω ανάθεσης της διαφημιστικής μας υποστήριξης σε διαφημιστική εταιρία η

οποία θα πρέπει να κάνει ένα συνδυασμό από το παραπάνω διαφημιστικό μίγμα έτσι ώστε να προωθήσει τις πωλήσεις του προϊόντος και να ισχυροποιήσει το όνομα μας.

Πιο συγκεκριμένα, μερικές από τις ιδέες υλοποίησης εύστοχης προώθησης του brand είναι η δημιουργία διαφημιστικού υλικού με τη μορφή επιχειρηματικών δώρων και των αντίστοιχων συσκευασιών τους, ενημερωτικών φυλλαδίων σε περισσότερες από 2 γλώσσες, κ.α. Παράλληλα με τις παραπάνω ιδέες προώθησης των προϊόντων μας, το διαφημιστικό agency, το οποίο θα αναλάβει τη διαφημιστική μας υποστήριξη θα πρέπει σίγουρα να πραγματοποιήσει διαφημιστικά spot 10"-15" των προϊόντων μας, τόσο για άμεση χρήση στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο όσο και στα digital κανάλια προώθησης, όπως Facebook, YouTube, κ.α. Η παραγωγή διαφημιστικών καταχωρήσεων σε τουριστικούς οδηγούς και sites, χάρτες, και φυλλάδια ή sites ξενοδοχείων είναι ακόμα ένα σημαντικό βήμα push προώθησης και προβολής των προϊόντων μας (εφημερίδες, περιοδικά, site). Μέσω αυτών, μπορεί εύκολα να γίνει η άμεση σύνδεση με τη διοργάνωση ή ακόμα και τη χορηγία ποικίλων εκδηλώσεων/events. Σημαντικές ευκαιρίες προβολής των προϊόντων μας, επίσης, θεωρούνται και η εμφάνιση της επιχείρησής μας σε κατάλληλες εκδηλώσεις όπως εκθέσεις τροφίμων σε Ελλάδα και εξωτερικό. Επίσης πιθανή γευστική δοκιμή των προϊόντων μέσω pop-up stand σε σημεία αυξημένης αγοραστικής κίνησης (εμπορικά κέντρα, super markets κλπ) θα λειτουργήσει καταλυτικά στην αναγνωσιμότητα των προϊόντων μας.

#### **Εξωτερικός Συνεργάτης - CommunityManager**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Διαχείριση Αναρτήσεων</li> <li>• Διαχείριση σελίδων Facebook, Twitter, Instagram</li> <li>• Επικοινωνία με καταναλωτές μέσω Twitter</li> <li>• (8 ώρες ανά μήνα επί 12 μήνες)</li> </ul>	96 ώρες x €15/ώρα <b>€1,440</b>
<p><b>Εξωτερικός Συνεργάτης – Διαφημιστικό Γραφείο</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Κατασκευή μακετών περιεχομένου (100 αναρτήσεις) (Facebook, Instagram)</li> </ul>	100 x €7/μακέτα <b>€700</b>
<p><b>Facebook Ads/Sponsored Content</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 ημέρες ανά μήνα</li> <li>• 12 μήνες</li> <li>• 8-15 Click ανά ημέρα</li> </ul>	7 ημέρες x 12 μήνες x €5 <b>€420</b>
<b>Συνολικό Κόστος</b>	<b>€2,560</b>

*Πίνακας 3.7.1 Κόστος διαφήμισης ανά έτος*

### **3.7.2. Το Προϊόν και η Πολιτική του**

Η επιχείρησή μας θα διαθέσει στις διεθνείς αγορές τυποποιημένο έξτρα παρθένο ελαιόλαδο αρίστης ποιότητας και υψηλής φαρμακευτικής αξίας προερχόμενο από το νησί της Λέσβου. Τα ελαιόλαδα θα συσκευάζονται σε φιάλες των 250ml και του 1lt και θα προορίζονται για την εγχώρια και ξένη αγορά. Στόχος της επιχείρησής μας είναι το παραγόμενο προϊόν να καλύπτει τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών. Πιο συγκεκριμένα, θα δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητά του, καθώς θα απευθύνονται σε απαιτητικό αγοραστικό και καταναλωτικό κοινό με μέτρια αγοραστική δύναμη. Οι καταναλωτές των συγκεκριμένων προϊόντων είναι περισσότερο προσανατολισμένοι στην ποιότητα, τη γευστική ικανοποίηση και την αισθητική. Η εξυπηρέτηση της επιχείρησής μας θα είναι άμεση έτσι ώστε να διαφυλαχτεί το κύρος και η αξιοπρέπειά της.

#### **Τιμή και η Τιμολογιακή Πολιτική**

Στα παραγόμενα προϊόντα της επιχείρησής μας, σκοπεύουμε να εφαρμόσουμε πολιτική μέτριας έως υψηλής τιμολόγησης καθώς στοχεύουμε στην παραγωγή προϊόντων πολυτελείας με τους καταναλωτές να είναι κάπως ελαστικοί ως προς την τιμή αγοράς τους. Η τιμή των προϊόντων μας δεν θα είναι απαγορευτική καθώς επιθυμούμε την προσέγγιση μεγαλύτερου κοινού, θέτοντας παράλληλα τη θέση μας ως αρκετά ανταγωνίσιμη στην εγχώρια και διεθνή αγορά. Οι τιμές θα κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τις τιμές προϊόντων αντίστοιχης ποιότητας των ανταγωνιστών.

Η επιχείρησή μας έχει ως απώτερο στόχο της να αναπτύξει στρατηγικές σχέσεις με βασικούς πελάτες (κρύας και ζεστής αγοράς), ώστε να μπορέσει να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητάς της. Έτσι, λοιπόν, σκοπεύουμε να κρατήσουμε πολιτική σταθερών τιμών για την επόμενη πενταετία, καθώς η περίοδος κρίσης δεν επιτρέπει διατήρηση παρόμοιας θέσης για μεγαλύτερο διάστημα. Κατά συνέπεια, ο συνδυασμός υψηλής ποιότητας σε συμφέρουσα τιμή θα αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Πιο συγκεκριμένα, όπως έχει ήδη προαναφερθεί, η συσκευασία των ελαιολάδων θα περιορίζεται στα 250ml και 1lt. Η προτεινόμενη τιμή λιανικής πώλησης ορίζεται αντίστοιχα στα €4 και €12. Η συνολική ετήσια παραγωγή ελαιολάδου θα αγγίζει τους 150 τόνους. Η ποσότητα αυτή μπορεί να συσκευαστεί σε 225.000 μπουκάλια των 250ml και 60.000 μπουκάλια του 1lt ετησίως. Το 60% της συνολικής ετήσιας ποσότητας μπουκαλιών προορίζονται για τη συσκευασία των 250ml, ενώ το υπόλοιπο 40% για αυτή του 1lt.

Αναφορικά με την τιμολογιακή πολιτική αγοράς μεγάλης ποσότητας των προϊόντων μας, η επιχείρησή μας έχει αποφασίσει ότι για αγορές έως €500 θα πρέπει να γίνεται επιτόπου πληρωμή με μετρητά, ενώ για αγορές άνω των €500 θα δίνεται η δυνατότητα πληρωμής επί πιστώσει με χρονική διάρκεια εξόφλησης τους 3 μήνες. Όσον αφορά τους μεγαλύτερους προμηθευτές μας, η επιχείρησή μας έχει λάβει την απόφαση ότι για παραγγελίες αξίας από €2.000 και άνω θα δίνεται έκπτωση της τάξης του 5% επί του συνολικού ποσού. Η έκπτωση αυτή αφορά κυρίως μεγάλους χονδρεμπόρους αλλά και μεγάλες αλυσίδες supermarket, όπως Σκλαβενίτης, ΑΒ Βασιλόπουλος, κ.ά.

### **3.7.3. Διανομή**

Η Διανομή της εταιρείας μας τόσο στον ευρύτερο νομό και στην υπόλοιπη Ελλάδα αλλά και στις χώρες του εξωτερικού θα γίνεται από εταιρείες που προσφέρουν υπηρεσίες μεταφορών και logistics. Οι λόγοι οι οποίοι μας οδηγούν να δώσουμε την διανομή των εμπορευμάτων μας σε εξωτερικό συνεργάτη είναι πολλοί. Καταρχήν οι συγκεκριμένες εταιρίες έχουν άρτια εξειδικευμένο προσωπικό που έχει τη δυνατότητα να ανταπεξέλθει σε δύσκολες συνθήκες και μπορεί να οργανώσει το χρόνο και να κάνει τους κατάλληλους προγραμματισμούς προκειμένου να παραδίδονται τα εμπορεύματα εντός χρονικού πλαισίου και σε άριστη κατάσταση.

Λόγω ότι το προϊόν μας θα διατίθεται σε Ελλάδα και εξωτερικό θα συνεργαστούμε με δύο διαφορετικές εταιρείες μεταφορών, μία για εγχώριες διανομές και μία για τις διεθνείς. Καταλήγοντας ένα μέσο ετήσιο κόστος για την μεταφορά παλετών και κιβωτίων σε ολόκληρη την Ελλάδα, υπολογίζεται γύρω στις 10.000€ ενώ σε 15.000€ ανέρχεται για τις διεθνείς μεταφορές. Βέβαια με την εταιρεία που θα συνεργαστούμε στο συγκεκριμένο κομμάτι θα γίνει συμφωνία αν επανεξετάζονται κάθε χρόνο οι τιμές καθώς όσο αυξάνονται οι μεταφορές μας θα πρέπει ανάλογα των αριθμό των παλετών η τιμή να μειώνεται.

## **3.8 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT**

Το παρόν κεφάλαιο στοχεύει στην συνοπτική παρουσίαση και ανάλυση των παραγόντων που συνδέονται κατά κύριο λόγο με το εσωτερικό περιβάλλον του κλάδου στην ελληνική αγορά. Ο εντοπισμός των δυνατών, των αδύνατων σημείων, των ευκαιριών και των απειλών του κλάδου θα αποτελέσει τον οδηγό για την σχεδίαση και την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης επικοινωνιακής

στρατηγικής προώθησης και τοποθέτηση των ελληνικών ελαιολάδων στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

### **Εσωτερικό Περιβάλλον**

#### **Δυνατά σημεία:**

1. Ποιότητα παραγόμενων προϊόντων
2. Υψηλή διατροφική αξία
3. Σύνδεση κατανάλωσης με μεσογειακή διατροφή
4. Βασικά προϊόντα των διατροφικών συνηθειών των Ελληνικών νοικοκυριών
5. Εξαγωγικός προσανατολισμός
6. Ευνοϊκές κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες για την ελαιοπαραγωγή
7. Εδραιωμένες επιχειρήσεις τυποποίησης με τεχνογνωσία και φήμη

#### **Αδύνατα σημεία:**

1. Υψηλή διακίνηση μη τυποποιημένου (χύμα) ελαιόλαδου στην εγχώρια αγορά και στο εξωτερικό
2. Αθέμιτος ανταγωνισμός και ανεπαρκείς έλεγχοι στα διάφορα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας
3. Μικρή μέση έκταση ανά ελαιοκομική εκμετάλλευση
4. Περιορισμένος αριθμός σύγχρονων ελαιοτριβείων
5. Έλλειψη αναγνωρίσιμου brand name διεθνώς, για το ελαιόλαδο

### **Εξωτερικό Περιβάλλον**

#### **Ευκαιρίες:**

1. Υποκατάσταση της εγχώριας κατανάλωσης χύμα ελαιόλαδου από τυποποιημένο, με έναυσμα και την ΥΑ για προφορά σφραγισμένων συσκευασιών μιας χρήσης στα εστιατόρια
2. Ενίσχυση εξαγωγών ή/και διείσδυση σε νέες αγορές, με τυποποιημένα προϊόντα
3. Συμβολαιακή γεωργία
4. Νέες φυτεύσεις ελαιόδεντρων (κυρίως για ελιές)
5. Αλλαγή του προφίλ του μέσου Έλληνα αγρότη, με την είσοδο νέων, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο ατόμων

### Απειλές:

1. Οικονομικές συνθήκες
2. Δυσκολίες χρηματοδότησης από τις τράπεζες
3. Αβεβαιότητα αγροτικής παραγωγής (π.χ. καιρικές συνθήκες, ασθένειες)
4. Αύξηση ανταγωνισμού από «παραδοσιακές» χώρες εκτός ΕΕ (Αίγυπτος, Μαρόκο, Τουρκία, Τυνησία κ.ά.)
5. Αλόγιστη χρήση λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων
6. Χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης και κατάρτισης των απασχολούμενων στη γεωργία

### 3.9 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Όσον αφορά τη στρατηγική της εταιρείας και τα άμεσα σχέδιά της για το μέλλον, στόχος της είναι η συνέχιση της καλής πορείας των προϊόντων της. Σύμφωνα με τη φιλοσοφία της εταιρείας ο συνδυασμός τεχνολογίας και παράδοσης επιβάλλεται και επομένως ο εκσυγχρονισμός του εξοπλισμού και η εξέλιξη των τεχνικών τυποποίησης είναι συνεχείς και επιλέγεται πάντα με γνώμονα την τελική ποιότητα των προϊόντων. Ειδικό βάρος δίνεται στην ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων της εμπορικής υπηρεσίας με αδιάκοπη επιμόρφωση των πωλητών της εταιρείας καθώς και στη συνεχή έρευνα στο εσωτερικό από τα εξειδικευμένα στελέχη της εταιρείας για την ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων. Το τμήμα Marketing προωθεί τα νέα προϊόντα και συμμετέχει σε εξειδικευμένες έρευνες της αγοράς που αφορούν τη συμπεριφορά του κοινού στην κυκλοφορία των νέων προϊόντων.

Μακροπρόθεσμος στόχος της εταιρίας μας είναι η αύξηση των πωλήσεων συνολικά των προϊόντων μας. Υποθέτουμε λοιπόν ότι οι πωλήσεις αυξάνονται κατά 2% σε κάθε κατηγορία κάθε χρόνο.

Προϊόντα	Μονάδες μέτρησης	Ποσότητες				
		1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο	Φιάλες 250ml	225.000	229.500	234.090	238.772	243.548
Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο	Φιάλες 1lt	60.000	61.200	62.424	63.673	64.947
<b>Σύνολο</b>		<b>285.000</b>	<b>290.700</b>	<b>296.514</b>	<b>302.445</b>	<b>308.495</b>

*Πίνακας 3.9.1 Προβλεπόμενα Ποσοτικά Στοιχεία Πωλήσεων*



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

#### **4.1 ΤΟ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟ ΠΡΟΪΟΝ**

Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, η υπό ίδρυση μονάδα θα παράγει έξτρα παρθένο ελαιόλαδο.

Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος (χρώμα, άρωμα και γεύση) θα είναι σταθερά, καθώς θα χρησιμοποιηθεί η κολοβή ή μυτιληνιά ελιά η οποία παράγει λάδι εξαιρετικής ποιότητας, με έντονο άρωμα και απαλή γεύση. Η συγκεκριμένη ποικιλία συγκαταλέγεται ανάμεσα στις καλύτερα ελαιοποιήσιμες ποικιλίες της Ελλάδας

Η συσκευασία του ελαιολάδου θα γίνεται σε γυάλινες φιάλες των 250ml και του 1lt. Το προϊόν θα συσκευάζεται αυτοματοποιημένα σε περιβάλλον αδρανούς διοξειδίου του άνθρακα.

Η αποθήκευση θα γίνεται κάτω από ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας (περίπου 16°C). Η διανομή θα γίνεται μέσα σε κιβώτια συγκεκριμένων προδιαγραφών λόγω του εύθραυστου των γυάλινων φιαλών.

#### **4.2 ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑ**

Τα βασικά βήματα για την παραγωγή και τυποποίηση του ελαιολάδου καθώς και απαιτούμενα εφόδια για την υλοποίηση κάθε σταδίου παρουσιάζονται παρακάτω:

- 1. ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ ΕΛΑΙΟΚΑΡΠΩΝ:** Η συγκομιδή των ελαιόκαρπων την κατάλληλη στιγμή είναι ένα από τα πιο κρίσιμα βήματα της παραγωγικής διαδικασίας. Οι φρέσκοι και πλήρως ωριμασμένοι καρποί προτιμώνται ως πρώτη ύλη . Οι εργάτες τοποθετούν κάτω από τα ελαιόδεντρα ειδικά πλαστικά δίχτυα και με τη χρήση μηχανικών “χτενιών” επιτυγχάνεται η συγκομιδή των ελαιόκαρπων σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα και με τη χρήση λιγότερων εργατικών χεριών. Μετά τη συγκομιδή οι ελιές τοποθετούνται σε τελάρα ή σε υφασμάτινους σάκους τα οποία εξασφαλίζουν καλό αερισμό και εμποδίζουν

την ανάπτυξη μυκήτων. Τέλος οι καρποί μεταφέρονται στο ελαιοτριβείο σε όσο το δυνατόν μικρότερο χρόνο.

- Πρώτη ύλη: Ελιές
- Απαραίτητα εφόδια: Δίχτυα, Μηχανές Συγκομιδής, Τελάρα, Σάκοι

**2. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ:** Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενα κεφάλαια, οι ιδρυτές της εταιρείας θα συνεργάζονται με ένα συγκεκριμένο ελαιοτριβείο για την παραγωγή του ελαιολάδου. Στο ελαιοτριβείο γίνεται αρχικά αποφύλωση, διαχωρισμός δηλαδή των φύλλων από τον καρπό καθώς τα φύλλα προσδίδουν στο ελαιόλαδο μια πικρή γεύση και επηρεάζουν αρνητικά την ποιότητά του. Ακολουθεί το πλύσιμο των καρπών κατά το οποίο οι ελιές σε μία λεκάνη πλυσίματος κατασκευασμένη από ανοξείδωτο μέταλλο INOX και στην οποία το νερό ρέει υπό μορφή κυκλώνα περιστρέφοντας τις ελιές και εκτοξευόντάς τες στην τροχιά του νερού που σχηματίζει κύματα κατά την πλύση. Έπειτα ακολουθεί το σπάσιμο και η άλεση των καρπών με τη χρήση μηχανικών σφυριών. Ακολουθεί η μάλαξη, όπου μαλάσσεται η ελαιοζύμη και η φυγοκέντριση όπου γίνεται ο διαχωρισμός του πυρήνα (κουκούτσι) από το λάδι. Τέλος γίνεται ο διαχωρισμός του λαδιού από το νερό και ο τελικός καθαρισμός του ελαιολάδου.

**3. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ:** Το ελαιόλαδο χωρίς καμία χημική επεξεργασία είναι έτοιμο για χρήση αμέσως μετά την παραγωγή του. Μόλις βγει από τα μηχανήματα ακολουθεί η μέτρηση της οξύτητας ώστε ο παραγωγός να ξέρει την ποιότητα λαδιού που παρήγαγε. Το ελαιόλαδο διατηρείται σε καθαρές ανοξείδωτες δεξαμενές οι οποίες γεμίζουν εντελώς, κλείνονται στεγανά και τοποθετούνται σε χώρο με χαμηλή και σταθερή θερμοκρασία. Στο στάδιο αυτό το λάδι είτε θα δοθεί για εμφιάλωση είτε θα παραμείνει στις δεξαμενές.

- Πρώτη Ύλη: Φιάλες, Πώματα, Βαρέλια, κ.α.

Σε όλα αυτά τα στάδια είναι απαραίτητες οι υπηρεσίες κοινής ωφελείας δηλαδή το νερό και το ηλεκτρικό ρεύμα.

## 4.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

### 4.3.1. Πρώτη Ύλη

#### ✓ Διαθεσιμότητα Πρώτης Ύλης

Η βασική πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται είναι οι ελιές. Το εργοστάσιο θα τυποποιεί ελαιόλαδο από μία συγκεκριμένη ποικιλία ελιάς την κολοβή και οι οποίες θα προέρχονται από εδάφη της Λέσβου. Σύμφωνα με τον τοπικό τύπο του νησιού οι ελιές είναι περίπου 11 εκατομμύρια καλύπτοντας το 28% του εδάφους ενώ η μέση ετήσια παραγωγή φτάνει τις 25 με 30.000 τόνους. Η επιχείρηση θα συσκευάζει τον χρόνο περίπου 150 τόνους ελαιολάδου συνεπώς η ποσότητα ελαιόκαρπων που πρόκειται να χρησιμοποιήσει αποτελεί μικρό ποσοστό της συνολικής παραγωγής με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν προβλήματα στη διαθεσιμότητα της πρώτης ύλης.

#### ✓ Εναλλακτική Πρώτη Ύλη

Το εργοστάσιο πρόκειται να εγκατασταθεί σε νομό στον οποίο δεν υπάρχει μεγάλος αριθμός τυποποιητηρίων. Στόχος είναι να χρησιμοποιήσει ελαιόλαδο δικής του καλλιέργειας, στην περίπτωση όμως που είτε χρειαστεί μεγαλύτερη ποσότητα από αυτή που διαθέτει, είτε προκύψει κάποιου είδους αναποδιά στην παραγωγή, μπορεί είτε να αγοράσει ελαιόλαδο από το ελαιοτριβείο, είτε να νοικιάσει κτήματα από ιδιώτες και να καλλιεργήσει περισσότερα ελαιόδεντρα.

#### ✓ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Η ποιότητα του ελαιολάδου επηρεάζεται σημαντικά από πληθώρα παραγόντων όπως είναι η επαφή του με παράσιτα και μικροοργανισμούς, η υγρασία, το οξυγόνο, το έντονο φως και η θερμοκρασία. Την ποιότητα αυτή μπορούμε να την προσδιορίσουμε με την μέτρηση ορισμένων φυσικοχημικών παραμέτρων όπως η οξύτητα, ο αριθμός υπεροξειδίων και η απορρόφηση στο υπεριώδες (K270/K232/ΔK). Για τα παρθένα ελαιόλαδα στα κριτήρια ποιότητας συμπεριλαμβάνεται και η οργανοληπτική αξιολόγηση με λήψη αντιπροσωπευτικού δείγματος το οποίο αναλύεται εργαστηριακά. Στην περίπτωση που υπάρχουν υπολείμματα φυτοφαρμάκων η παρτίδα απορρίπτεται. Παράλληλα θα εξετάζεται με κατάλληλη δειγματοληψία το ποσοστό των ακατάλληλων καρπών και θα απορρίπτονται.

✓ Ποσότητα

Αφού η παρτίδα περάσει από τον ποιοτικό έλεγχο ζυγίζεται και οδηγείται στο ελαιοτριβείο προκειμένου να ελεγχθεί η ετήσια συμφωνία της παραδοθείσας ποσότητας απέναντι στους πελάτες. Η ετήσια παραγωγή θα είναι 150 τόνοι.

✓ Μεταφορά Πρώτης Ύλης

Τα σταφύλια θα μεταφέρονται στο ελαιοτριβείο σε τελάρα των 20 κιλών με αγροτικά αυτοκίνητα των οποίων το βάρος φορτίου δεν θα ξεπερνά τους 2 τόνους. Η πρώτη ύλη θα ξεφορτώνεται σε δεξαμενές όπου θα οδηγούνται στο τυποποιητήριο. Υπεύθυνη για όλη αυτή τη διαδικασία θα είναι αποκλειστικά η εταιρεία μας.

#### **4.3.2. Εφόδια Εργοστασίου**

✓ Βοηθητικά Υλικά

Στα βοηθητικά υλικά περιλαμβάνονται τα καθαριστικά που χρησιμοποιούνται για την καθαριότητα/απολύμανση των χώρων παραγωγής και των φιαλών.

✓ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Τα καθαριστικά εφόδια αγοράζονται από πιστοποιημένους προμηθευτές εξασφαλίζοντας υψηλή ποιότητα. Όλα τα καθαριστικά θα είναι ελεγμένα και κατάλληλα για τρόφιμα.

✓ Μεταφορά και Αποθήκευση

Η μεταφορά των β' υλών θα γίνεται με ευθύνη των προμηθευτών και θα αποθηκεύονται σε χώρο ανεξάρτητο από τον χώρο τυποποίησης ώστε να μην υπάρχει επαφή. Τα έξοδα μεταφοράς θα είναι ενσωματωμένα στη συμφωνημένη τιμή.

✓ Συμφωνίες με Προμηθευτές

Θα υπογραφούν συμβάσεις με τους προμηθευτές διάρκειας ενός έτους. Στο τέλος κάθε έτους θα γίνεται αξιολόγηση των προμηθευτών και σε περίπτωση που τα στελέχη της επιχείρησης δεν μείνουν ικανοποιημένα τότε η σύμβαση θα διακόπτεται.

✓ Προμηθευτές

Όσον αφορά τα καθαριστικά/απολυμαντικά προϊόντα θα προτιμήσουμε την εταιρεία Nicochem καθώς δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία χημικών προϊόντων καθαρισμού, υγιεινής, απολύμανσης και συντήρησης, στους τομείς της βιομηχανίας τροφίμων. Παράλληλα διαθέτει σύστημα διαχείρισης και διασφάλισης ποιότητας EN ISO 9001 : 2008 ως την προς την μελέτη, σχεδίαση και παραγωγή απορρυπαντικών, μέσω του όποιου διασφαλίζει σταθερή ποιότητα στα προϊόντα που παράγει και στις υπηρεσίες που παρέχει στους πελάτες της ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις τους.

**Nicochem**

ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΑΚΗΣ Ο & Κ & Ι ΟΕ

Σπετσών 16

14565, Άγιος Στέφανος, Αττική

Ελλάδα

T. +30 2108145955

F. +30 2108145193

E. [info@nicochem.gr](mailto:info@nicochem.gr)

### **4.3.3. Υλικά Συσκευασίας**

✓ Απαιτούμενα Υλικά Συσκευασίας

Για να συσκευαστεί το παραγόμενο υλικό η εταιρεία θα πρέπει να προμηθευτεί τα παρακάτω υλικά:

1. Γυάλινες φιάλες 250ml και 1lt
2. Πώματα
3. Ετικέτες
4. Χαρτοκιβώτια

✓ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

1. Οι φιάλες θα παράγονται από φυσικό γυαλί, ελεγμένο από την Υγειονομική υπηρεσία ώστε να είναι κατάλληλο για τρόφιμα. Η περιεκτικότητά τους θα είναι στα 250ml και

11t. Το γυαλί θα είναι σκούρο πράσινο καθώς το σκούρο χρώμα προστατεύει το λάδι από τη διάβρωση που μπορεί να προκαλέσει το φως. Οι κυριότεροι λόγοι για τη χρήση γυαλιού είναι ότι είναι απόλυτα αδιαπέραστο από τους μικροοργανισμούς, διαθέτει μεγάλη χημική αδράνεια, είναι απόλυτα στεγανό στα αέρια και στα υγρά, διαθέτει καλή μηχανική και θερμική αντίσταση και δεν προσδίδει οσμές ούτε γεύσεις. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε και το ότι είναι 100% ανακυκλώσιμο.

2. Ως πώμα θα χρησιμοποιηθούν ράβδοι με δίσκους. Είναι ο πιο συνηθισμένος τύπος όπου ο δίσκος είναι από πλαστικό και που είναι προσκολλημένος σε μία ράβδο-πώμα από φελλό. Οι ράβδοι συνήθως χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό με μια κάψουλα shrink-wrap, προκειμένου να γίνουν 100% στεγανοί. Ένα πλεονέκτημα των ράβδων είναι ότι μπορούν να εφαρμοστούν και με το χέρι, δεν απαιτούν ειδικό εξοπλισμό. Είναι σημαντικό να εξασφαλίσουμε ότι ο φελλός στην κάτω πλευρά του δίσκου έχει τη σωστή εσωτερική διάμετρο για το λαιμό της φιάλης που θα χρησιμοποιηθεί στη συσκευασία. Για την ακρίβεια είναι 0,5 χιλιοστά μεγαλύτερο, το οποίο θα εξασφαλίσει ότι το προϊόν δεν θα διαρρεύσει. Βέβαια υπάρχει και ένα μειονέκτημα το οποίο είναι ότι το συγκεκριμένο πώμα ενδέχεται να καταστραφεί σε μεγάλες αλλαγές της θερμοκρασίας ή της πίεσης αν και οι ιδιότητες του λαδιού περιορίζουν τέτοια περιστατικά.
3. Ο καταναλωτής στον τομέα των ελαιολάδων δίνει έμφαση στην ξεχωριστή εικόνα. Γι αυτό τον λόγο είναι απαραίτητη η παραγωγή αυτοκόλλητων ετικετών υψηλής ποιότητας κατάλληλη για τρόφιμα.
4. Το χαρτοκιβώτιο είναι το μέσο συσκευασίας, το οποίο χρησιμεύει στην συγκέντρωση και προστασία προϊόντων, κατά την διαδικασία διαχείρισης και μεταφοράς τους. Αποτελεί ένα από τα βασικότερα μέσα προστασίας των καταναλωτικών -κι όχι μόνο- προϊόντων. Γι αυτό τον λόγο θα επιλέξουμε ένα πεντάφυλλο χαρτί για μεγαλύτερη ασφάλεια, με εκτυπωμένο barcode στο πλάι, διαστάσεων 250 X 480 X 400 για τις συσκευασίες των 250ml και 800 x 480 x 400 και χωρητικότητας 12 τεμαχίων για το καθένα. Σε κάθε χαρτοκιβώτιο θα περιλαμβάνονται και οι κυψέλες για την τοποθέτηση των μπουκαλιών. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι τα χαρτοκιβώτια να είναι καθαρά και ομοιόμορφα.

- Προμηθευτές Υλικών Συσκευασίας

1. Η **Euroglass A.E** κατέχει ηγετική θέση στην αγορά γυάλινων ειδών συσκευασίας καθώς, εδώ και 20 χρόνια, προμηθεύει μερικές από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρίες τροφίμων και ποτών με υψηλής ποιότητας φιάλες και βάζα. Συνδυάζοντας τις μοναδικές δυνατότητες που προσφέρει το γυαλί από τη φύση του με την πείρα, την τεχνογνωσία και το πάθος μας για ποιοτικά προϊόντα, προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις γυάλινης συσκευασίας που αναδεικνύουν τον ξεχωριστό χαρακτήρα κάθε προϊόντος.

**EUROGLASS**

Βασ. Ηρακλείου 4

54625, Θεσσαλονίκη

T. +30 2310 517 194

E. [info@euroglass.com.gr](mailto:info@euroglass.com.gr)

2. Η εταιρία **Ελληνικά Πώματα ABEE** ιδρύθηκε το 1992 εγκαθιστώντας από τον πρώτο κιάλας χρόνο μονάδα μεταποίησης πωμάτων φελλού στο Κορωπί. Έκτοτε ασχολείται με την εισαγωγή, μεταποίηση και εμπορία φελλών παντός τύπου καθώς και με την εμπορία καψυλλίων, βαρελιών, εναλλακτικών προϊόντων δρυός και ειδών συσκευασίας. Με μεγάλη ανταγωνιστικότητα δίνοντας προτεραιότητα στην ποιότητα, με συνεργάτες καταρτισμένους στο Ινστιτούτο φελλού στην Πορτογαλία, η εταιρία πλαισιώνει τους πελάτες της προσφέροντας άψογη και άμεση εξυπηρέτηση, ανταγωνιστικές τιμές και υποστήριξη πριν και μετά την πώληση.

**ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΩΜΑΤΑ ABEE**

Κύπρου 66

19400, Κορωπί

T. +30 210 662 5602

F. +30 210 662 7744

E. [hc@ellpom.gr](mailto:hc@ellpom.gr)

3. Η **Perigramma A.E.** είναι μια παραγωγική μονάδα που εξειδικεύεται στην εκτύπωση αυτοκόλλητων ετικετών. Σχεδιάζει και εκτυπώνει αυτοκόλλητες ετικέτες για προϊόντα

όπως τρόφιμα, κρασιά – ποτά, καλλυντικά, παραδοσιακά προϊόντα, μέλι, ελαιόλαδα κ.α..Εδώ και 20 χρόνια δραστηριοποιείται στον χώρο των γραφικών τεχνών και ειδικότερα στον τομέα των αυτοκόλλητων ετικετών με ιδιαίτερη τεχνογνωσία. Στεγάζεται σε έναν χώρο 1.500m<sup>2</sup> με σύγχρονες εγκαταστάσεις. Διαθέτει καθιερωμένη γραμμή παραγωγής αυτοκόλλητων ετικετών ικανή να προσφέρει υπηρεσίες και προϊόντα υψηλού επιπέδου, καλύπτοντας ένα μεγάλο φάσμα των αναγκών της αγοράς.

#### **ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ Α.Ε.**

Μενεξέδων 10

14564, Κάτω Κηφισιά

T. +30 210 6255833

F. +30 210.6255482

E. [info@perigramma.gr](mailto:info@perigramma.gr)

4. Ο όμιλος **EL PACK** είναι ο μεγαλύτερος καθιερωμένος όμιλος στον Ελλαδικό χώρο που δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία χάρτου και χαρτοκιβωτίων. Μέσω της συνεχούς αναβάθμισης του τεχνολογικού εξοπλισμού με ασφάλεια και σεβασμό προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον, ο όμιλος EL PACK έχει ως στόχο να διατηρήσει τη δεσπόζουσα θέση του στον κλάδο της συσκευασίας, παρέχοντας την απόλυτη ικανοποίηση των σημερινών και μελλοντικών αναγκών των πελατών του, διατηρώντας την εμπιστοσύνη τους και προσφέροντάς τους άμεση και ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση.

#### **EL PACK Α.Ε.**

Ορυζομύλων 5

12244, Αιγάλεω

T. +30 210 5693240

F. +30 210 5450863

E. [elpack@elpack.gr](mailto:elpack@elpack.gr)



#### 4.3.4. Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας

- ✓ Νερό: Οι κανόνες υγιεινής στις μονάδες τυποποίησης ελαιολάδου επιβάλλουν τη χρήση μεγάλων ποσοτήτων νερού. Το νερό χρησιμοποιείται για το πλύσιμο των φιαλών, την αποστείρωση και τον καθαρισμό του εξοπλισμού και του χώρου εργασίας. Η υπό ίδρυση μονάδα θα προμηθεύεται το νερό από τον κεντρικό αγωγό του δικτύου ύδρευσης. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνονται οι ετήσιες μέσες ανάγκες σε νερό.

ΕΤΗ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΝΕΡΟ (m <sup>3</sup> )
1 <sup>ο</sup> έτος	2.280
2 <sup>ο</sup> έτος	2.800
3 <sup>ο</sup> έτος	3.070
4 <sup>ο</sup> έτος	3.110
5 <sup>ο</sup> έτος	3.530

Πίνακας 4.3.1 Ποσότητα Ετήσιας Κατανάλωσης Νερού

- ✓ Ηλεκτρικό Ρεύμα: Το εργοστάσιο έχει ανάγκη να του παρέχεται αδιάκοπα ηλεκτρική ενέργεια κυρίως για τη λειτουργία των μηχανών τυποποίησης. Θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι χώροι του εργοστασίου και κυρίως ο χώρος αποθήκευσης είναι απαραίτητο να διατηρούνται σε σταθερή θερμοκρασία όλο τον χρόνο τόσο για την σωστή λειτουργία της τυποποίησης και αποθήκευσης, όσο και για τη παροχή ενός ευχάριστου περιβάλλοντος εργασίας. Γι αυτούς τους λόγους απαιτείται κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας και από το κλιματιστικό σύστημα του εργοστασίου. Το εργοστάσιο θα είναι καταναλωτής από υποσταθμό με τροφοδοσία μέσης τάσης.

ΕΤΗ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ(kWh)
1 <sup>ο</sup> έτος	121.100
2 <sup>ο</sup> έτος	146.260
3 <sup>ο</sup> έτος	153.085
4 <sup>ο</sup> έτος	172.500
5 <sup>ο</sup> έτος	180.670

Πίνακας 4.3.2 Ποσότητα Ετήσιας Κατανάλωσης Ηλεκτρικού Ρεύματος

#### 4.3.5 Άλλα Εφόδια

- ✓ Οι εργαζόμενοι στο τμήμα τυποποίησης είναι υποχρεωμένοι να φορούν ειδικές στολές ώστε να προστατευτούν οι ίδιοι αλλά και τα παραγόμενα προϊόντα από μικροοργανισμούς. Για την ακρίβεια οι εργάτες στα κτήματα θα πρέπει να φοράνε ολόσωμες φόρμες εργασίας, γάντια και άρβυλα ασφαλείας ή γαλότσες, ενώ οι εργαζόμενοι στο τυποποιητήριο μακριές εργαστηριακές μπλούζες καθώς και ειδικά καπέλα παραγωγής. Όλα αυτά μπορούμε να τα εφοδιαστούμε από το κατάστημα

##### **ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ**

Πειραιώς 24 & Βούλγαρη 1,  
10437, Ομόνοια, Αθήνα  
Τηλ.:210 5243355

- ✓ Απαραίτητα εφόδια είναι επίσης το Stretch Film (λεπτό φιλμ πολυαιθυλενίου 3 στρωμάτων με τεράστιες δυνατότητες ελαστικότητας, ιδιαίτερα ανθεκτικό σε γωνίες) το οποίο χρησιμοποιείται προκειμένου να προστατευθούν τα αγαθά από την υγρασία και άλλες επιρροές από το εξωτερικό περιβάλλον. Χάριν της ελαστικότητάς του παρέχει σταθερότητα στην τύλιξη παλετών και δίνει μία πρόσθετη εγγύηση κατά την διάρκεια της μεταφοράς. Επίσης οι αυτοκόλλητες ταινίες PVC οι οποίες έχουν άριστες κολλητικές ιδιότητες και είναι ιδανικές για σφράγιση χαρτοκιβωτίων και άλλου τύπου εμπορευματοκιβωτίων λόγω της άριστης ποιότητας κόλλας (solvent) που διαθέτει. Τέλος το τσέρκι PP από πολυπροπυλένιο σε μεγάλη ποικιλία τύπων και διαστάσεων, εξαιρετικής ποιότητας και αντοχής κατάλληλο για χειροκίνητες, ημιαυτόματες και αυτόματες μηχανές. Προμηθευτής για όλα αυτά τα υλικά είναι η εταιρεία

##### **TAPELAND**

Χρ. Δαμιανού 3  
13671, Αχαρναί  
Τηλ.: 210 2824404  
Fax: 210 2829977  
Email: [info@tapeland.gr](mailto:info@tapeland.gr)

- ✓ Εντός του εργοστασίου θα πρέπει να υπάρχει ειδικός χώρος για την ιατροφαρμακευτική περίθαλψη των εργαζομένων σε περίπτωση τραυματισμού. Ο χώρος αυτός θα είναι

εξοπλισμένος με φαρμακευτικά υλικά πρώτης ανάγκης όπως οινόπνευμα, ιώδιο, γάζες, παυσίπονα κ.α. των οποίων η ποσότητα και αντικατάσταση θα είναι υπ' ευθύνη του τμήματος προμηθειών

#### 4.4 ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ

Η εταιρεία θα πρέπει να έχει πάντοτε στη διάθεσή της μια ασφαλή ποσότητα αποθεμάτων, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ανεμπόδιστη παραγωγική διαδικασία. Υπεύθυνος για τη λειτουργία αυτή θα είναι ο αποθηκάριος, ο οποίος θα παρακολουθεί και θα ενημερώνει τις καρτέλες αποθεμάτων περνώντας έπειτα τα αποτελέσματά του στα υπόλοιπα τμήματα. Κύριος στόχος είναι να παραμένουν τα αποθέματα σε χαμηλά επίπεδα, για να αποφεύγεται η ανάγκη για μεγάλα κεφάλαια κίνησης, αλλά ταυτόχρονα να μπορεί να αντιμετωπιστεί μια έκτακτη ανάγκη.

#### 4.5 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ

Μία σωστή και ολοκληρωμένη παραγωγική μονάδα θα πρέπει να έχει προβλέψει από την αρχή πιθανές εναλλακτικές εισροές πρώτων υλών, υπηρεσιών και διαφόρων εφοδίων. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι εναλλακτικές αυτές εισροές.

<b>ΕΙΣΡΟΕΣ</b>	<b>ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ</b>
<b>Ελιές παραγωγής μας</b>	Έτοιμο ελαιόλαδο παραγωγών περιοχής
<b>Καθαριστικά/Απολυμαντικά</b>	<b>Καθαριστικά διαφορετικής σύστασης με ίδια αποτελέσματα</b>
<b>Νερό</b>	Δεν υπάρχει εναλλακτική πηγή
<b>Ηλεκτρικό Ρεύμα</b>	<b>Φωτοβολταϊκά/ Γεννήτριες</b>
<b>Γυάλινες Φιάλες</b>	Φιάλες PET
<b>Φελλοί</b>	<b>Πλαστικά πώματα</b>
<b>Ετικέτες</b>	Διαφορετικού τύπου κόλλα
<b>Χαρτοκιβώτια</b>	<b>Πλαστικά κιβώτια</b>
<b>Άλλα Εφόδια</b>	Άλλα Εφόδια
<b>Φόρμες εργασίας</b>	<b>Φόρμες εργασίας από διαφορετικό υλικό</b>
<b>Stretch Film, Ταινίες PVC, Τσέρκι</b>	Stretch Film, Ταινίες PVC, Τσέρκι διαφορετικών υλικών

Πίνακας 4.5.1 Εναλλακτικές Εισροές

## 4.6 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Με τον όρο διαχείριση Προμηθειών, ορίζουμε τους τομείς δράσης που αφορούν τον εντοπισμό, την αξιολόγηση, τη διαπραγμάτευση, τη διασύνδεση και συναλλαγή με προμηθεύτριες επιχειρήσεις υλικών, προϊόντων και υπηρεσιών. Τα προμηθευόμενα είδη μπορεί να είναι άμεσα, δηλαδή προϊόντα και υλικά που εμπλέκονται στην παραγωγική διαδικασία, ή έμμεσα, που δεν εντάσσονται στην παραγωγή, όπως για παράδειγμα προμήθειες για τη λειτουργία ενός γραφείου. Το τμήμα αυτό συγκεντρώνει στοιχεία για τις προδιαγραφές των πρώτων υλών και σε συνεργασία με τα υπόλοιπα τμήματα αποφασίζουν για τις προμήθειες με κριτήρια όπως προδιαγραφές, τιμή, ποιότητα κλπ. Προγραμματίζει, οργανώνει και πραγματοποιεί την προμήθεια όλων των εφοδίων που απαιτούνται για τη λειτουργία της εταιρείας, Εξασφαλίζει έγκαιρα τις προμήθειες της εταιρείας, ώστε να μην παρεμποδίζεται η ομαλή λειτουργία της παραγωγής. Για το σκοπό αυτό οργανώνει σύστημα δημιουργίας αποθεμάτων σε πρώτες ύλες. Σχεδιάζει και χρησιμοποιεί κατάλληλα κωδικοποιημένα έντυπα για την αγορά εφοδίων. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η διαφάνεια των προμηθειών. Οργανώνει τη διακίνηση των εφοδίων από και προς την αποθήκη. Τέλος διατηρεί αρχείο με τις παραγγελίες των διαφόρων τμημάτων, καθώς και τις προμήθειες που πραγματοποιήθηκαν.

## 4.7 MARKETING ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Το Marketing Προμηθειών είναι άμεσα συνυφασμένο με την άρτια λειτουργία της επιχείρησης. Υπεύθυνος για το τμήμα αυτό θα είναι ο Υπεύθυνος Προμηθειών ο οποίος θα οργανώνει και θα φέρνει εις πέρας τόσο τις αρχικές όσο και τις μελλοντικές προμήθειες. Οι βασικοί στόχοι του Marketing Προμηθειών είναι:

- Η ελαχιστοποίηση του κόστους
- Η ελαχιστοποίηση του κινδύνου
- Η καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές

### Η ελαχιστοποίηση του κόστους

Κύριος στόχος είναι η αγορά πρώτων και βοηθητικών υλών αλλά και εφοδίων με την υψηλότερη δυνατή ποιότητα στη χαμηλότερη τιμή. Σε καμία περίπτωση η ελαχιστοποίηση του κόστους δεν

σημαίνει την αγορά των φθηνότερων υλικών και εφοδίων. Οι χαμηλές τιμές συνεπάγονται και χαμηλές ποιότητες, οι οποίες με τη σειρά τους οδηγούν στη παραγωγή χαμηλής ποιότητας προϊόντων, αποτέλεσμα αντίθετο από αυτό που επιθυμούμε. Η επιχείρηση λόγω της μεγάλης διαπραγματευτικής της δύναμης (μεγάλος αριθμός προμηθευτών) δίνει μεγάλη σημασία στην ελαχιστοποίηση του κόστους καθώς επιτυγχάνονται ευνοϊκές για την εταιρεία συμφωνίες με τους προμηθευτές αποτέλεσμα των οποίων είναι η επίτευξη καλύτερων τιμών αλλά και πιθανές εκπτώσεις επί των αγορών.

### **Η ελαχιστοποίηση του κινδύνου**

Δεύτερος στόχος του Marketing είναι η ελαχιστοποίηση των κινδύνων που μπορεί να φέρουν σε δύσκολη θέση την εταιρεία, όπως η χαμηλή ποιότητα των υλικών και εφοδίων, καθυστερημένες παραλαβές προμηθευτών, απεργίες, αθέτηση συμβολαίων κ.α. Για να αποφεύγονται τέτοιες καταστάσεις το τμήμα προμηθειών θα αξιολογεί ανά τακτά χρονικά διαστήματα τους προμηθευτές της ώστε να γνωρίζει ποιες συνεργασίες πρέπει να διακόψει ή αντίστοιχα να συνεχίσει. Οι προμηθευτές θα αξιολογούνται με βάση τις παρακάτω συνιστώσες:

- Ταχύτητα εκτέλεσης παραγγελιών
- Συνεχή βελτίωση ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών
- Ορθή τιμολόγηση
- Γρήγορη προσαρμογή σε πιθανές αλλαγές

Η επιχείρηση θα διενεργεί τον παραπάνω έλεγχο με στόχο να ελαχιστοποιήσει τον κίνδυνο έχοντας στο πλευρό της τους καλύτερους προμηθευτές.

### **Καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές**

Όπως έχουμε πει και προηγουμένως οι προμηθευτές παίζουν σημαντικό ρόλο για την επιτυχή λειτουργία της επιχείρησης. Για τον λόγο αυτό η εταιρεία μας έχει ως στόχο να δημιουργήσει σχέσεις εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές της προκειμένου να μειώσει τους πιθανούς κινδύνους, εξασφαλίζοντας τη παραγωγή ανταγωνιστικών προϊόντων και τη διανομή τους σε ανταγωνιστικές τιμές. Αυτό επιτυγχάνεται με συμβάσεις που θα καθορίζουν την ποσότητα, την τιμή αλλά και την ποιότητα των υλικών ή υπηρεσιών.

Πιο συγκεκριμένα η επιχείρηση θα θέτει ορισμένες κατευθυντήριες γραμμές ώστε να είναι εφικτή η παραγωγή προϊόντων σύμφωνα με τις παραγωγικές απαιτήσεις. Επίσης θα προσπαθήσει να μη δημιουργήσει οικονομικές οφειλές προς τους προμηθευτές ώστε να μην έχει οικονομικές συγκρούσεις μαζί τους αλλά και να τους μεταφέρει τα παράπονά της με σύνεση. Τέλος η διατήρηση φιλικών σχέσεων αλλά και η αμφίδρομη συχνή επικοινωνία οδηγούν ολοένα και περισσότερο στην επίτευξη των στόχων της.

Όλα αυτά έχουν ως στόχο την εφαρμογή πολιτικής σταθερών τιμών με τους προμηθευτές των πρώτων και βοηθητικών υλών, υλικών συσκευασίας και λοιπών εφοδίων. Η πολιτική σταθερών τιμών είναι δυνατόν να εφαρμοστεί λόγω του μεγάλου αριθμού προμηθευτών και την ύπαρξη υποκατάστατων, κάτι το οποίο ενισχύει την διαπραγματευτική δύναμη της επιχείρησης. Από την άλλη η προτίμηση σε συγκεκριμένους προμηθευτές μειώνει τη διαπραγματευτική της δύναμη κάτι το οποίο οδηγεί στην αγορά πρώτων υλών σε κυμαινόμενες τιμές, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς.

#### **4.8 ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ**

Η επιλογή και αξιολόγηση των προμηθευτών είναι μια συνεχής διαδικασία η οποία λαμβάνει χώρα διαρκώς στην επιχείρηση και αφορά την αξιολόγηση των αρχικών, αλλά και των νέων ή μελλοντικών προμηθευτών.

Η αξιολόγηση των πιθανών προμηθευτών γίνεται λαμβάνοντας υπόψη τέσσερα κριτήρια:

- ✓ **Αξιοπιστία:** Θα πρέπει να παραδίδονται οι παραγγελίες εντός του χρονικού περιθωρίου αλλά και να τηρούνται οι συμφωνίες που έχουν επισυναφεί για τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων.
- ✓ **Εγγύτητα και Σωστή Τιμολόγηση:** Είναι σημαντικό να αγοράζονται οι προμήθειες από πηγές που βρίσκονται σε εγγύτερη απόσταση από την επιχείρηση. Επίσης θα πρέπει να τηρούνται οι προσυμφωνημένοι τρόποι πληρωμής.
- ✓ **Ικανότητα Αντίδρασης σε Απρόσμενες Καταστάσεις:** Η ικανότητα αυτή του προμηθευτή να αντιδρά ορθά σε μία ενδεχόμενη επιπλοκή της παραγγελίας, καθώς και η έγκαιρη ανταπόκρισή του σε έκτακτες παραγγελίες αποτελούν σημαντικά κριτήρια για την επιλογή του.

- ✓ Συνεχής Βελτίωση Προϊόντων και Υπηρεσιών: Αδιάψευστο κριτήριο για την επιλογή των προμηθευτών είναι η ποιότητα των προϊόντων του αλλά και η συνεχής προσπάθεια για βελτίωση αυτής.

Η διαδικασία που θα ακολουθείται, θα περιλαμβάνει την απόδοση ενός βαθμού σπουδαιότητας για κάθε κριτήριο αλλά και τις πιθανότητες των προμηθευτών να πληρούν κάθε ένα κριτήριο από αυτά. Στο τελικό στάδιο θα επιλέγεται ο προμηθευτής που θα συγκεντρώσει την υψηλότερη βαθμολογία, συνεπώς θα ανταποκρίνεται καλύτερα στις απαιτήσεις της επιχείρησης.

Παρακάτω θα γίνει μία παρουσίαση του μοντέλου όπου παρουσιάζονται δύο ενδεικτικοί προμηθευτές. Οι βαθμοί σπουδαιότητας κυμαίνονται από το 1 έως το 10, ενώ οι πιθανότητες να πληροί ο προμηθευτής τα κριτήρια από 0 έως 1.

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΒΑΘΜΟΣ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	
		A	B
Αξιοπιστία	8	1	0,9
Εγγύτητα και Σωστή Τιμολόγηση	10	1	1
Ικανότητα Αντίδρασης	7	0,7	0,8
Συνεχής βελτίωση	9	0,6	0,8

*Πίνακας 4.8.1 Μοντέλο Επιλογής Προμηθευτών*

Η βαθμολογία για τον κάθε προμηθευτή είναι:

$$\text{Προμηθευτής A: } (1 \cdot 8) + (1 \cdot 10) + (0,7 \cdot 7) + (0,6 \cdot 9) = 28,3$$

$$\text{Προμηθευτής B: } (0,9 \cdot 8) + (1 \cdot 10) + (0,8 \cdot 7) + (0,8 \cdot 9) = 30$$

Σύμφωνα λοιπόν με τις παραπάνω εξισώσεις συμπεραίνουμε ότι θα επιλεγεί ο προμηθευτής B καθώς έχει την υψηλότερη βαθμολογία.

## 4.9 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Το κόστος των πρώτων υλών, των υλικών συσκευασίας, των βοηθητικών υλών και των λοιπών εφοδίων αποτελεί βασικό κομμάτι του επενδυτικού μας πλάνου. Πηγές πληροφόρησης για τις τιμές και τις απαιτούμενες ποσότητες αποτελούν οι προμηθευτές που έχουμε επιλέξει, η Ένωση Αγροτικού Συνεταιρισμού Λέσβου, το Υπουργείο Γεωργίας καθώς και οι εργαζόμενοι σε άλλα τυποποιητήρια αντίστοιχης δυναμικότητας με τη δική μας επιχείρηση.

### 4.9.1 Κόστος Πρώτων Υλών

Λόγω του ότι οι ελιές θα είναι παραγωγής μας δεν υπάρχει κάποιο κόστος αγοράς, εκτός από τις περιπτώσεις όπου προκύψει κάποιο πρόβλημα με την παραγωγή όπου θα χρειαστεί είτε να συμπληρώσουν ορισμένα κιλά ελαιολάδου είτε να νοικιάσουν κτήματα για την παραγωγή τους. Η πιο συνηθισμένη τακτική είναι η αγορά ελαιολάδου από το ελαιοτριβείο ώστε να συμπληρωθεί η απαιτούμενη ποσότητα. Όπως έχουμε αναφέρει η ετήσια ποσότητα παραγωγής ελαιολάδου είναι 150 τόνοι. Συνεπώς η ποσότητα ελιών που θα χρειαστούμε θα είναι κατά μέσο όρο 900.000 κιλά έχοντας σαν πρότυπο ότι 6 κιλά ελιές μας βγάζουν 1 κιλό λάδι.

ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ					
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Ελιές	900.000	910.000	918.000	925.000	932.000

Πίνακας 4.9.1 Απαιτούμενες ποσότητες πρώτων υλών

### 4.9.2 Κόστος Βοηθητικών Υλών

Αφού πρώτα υπογραφούν οι συμβάσεις με τους προμηθευτές μπορούμε να πούμε ότι το μέσο κόστος των καθαριστικών και απολυμαντικών είναι περίπου 1200€ τον χρόνο. Τα συγκεκριμένα κόστη προβλέπεται να παραμείνουν σταθερά λόγω των συμβάσεων σταθερών τιμών που έχουν υπογραφεί με τους προμηθευτές.



### 4.9.3 Κόστος Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας

Το κόστος του νερού και του ηλεκτρισμού θα υπολογιστεί με βάση τα ισχύοντα τιμολόγια της Δ.Ε.Η. και της Δ.Ε.Υ.Α.Τ. προσαυξημένα κάθε χρόνο κατά 3.5% λόγω πληθωρισμού. Σύμφωνα με τα πρόσφατα τιμολόγια της Δ.Ε.Υ.Α.Τ. η χρέωση είναι 1,05€/m<sup>3</sup> ενώ η χρέωση της Δ.Ε.Η. είναι 0,051€/kWh.

ΕΤΗ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΝΕΡΟ (m <sup>3</sup> )	ΚΟΣΤΟΣ (€)	ΣΥΝΟΛΟ
1 <sup>ο</sup> έτος	2.280	1,05	2.394
2 <sup>ο</sup> έτος	2.800	1,086	3.040
3 <sup>ο</sup> έτος	3.070	1,124	3.450
4 <sup>ο</sup> έτος	3.110	1,163	3.616
5 <sup>ο</sup> έτος	3.530	1,203	4.246

Πίνακας 4.9.1 Ετήσιο Κόστος Ύδρευσης

ΕΤΗ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡ. ΕΝΕΡΓΕΙΑ(kWh)	ΚΟΣΤΟΣ (€)	ΣΥΝΟΛΟ
1 <sup>ο</sup> έτος	121.100	0,051	6.176
2 <sup>ο</sup> έτος	146.260	0,053	7.751
3 <sup>ο</sup> έτος	153.085	0,055	8.419
4 <sup>ο</sup> έτος	172.500	0,057	9.832
5 <sup>ο</sup> έτος	180.670	0,059	10.659

Πίνακας 4.9.2 Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενέργειας

#### 4.9.4 Κόστος Υλικών Συσκευασίας

Έπειτα από τηλεφωνική επικοινωνία με τους προμηθευτές προκύπτουν τα ακόλουθα στοιχεία.

ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ	ΦΙΑΛΗ 250ml
Φιάλη	0,325
Πώμα	0,03
Ετικέτα	0,045
Χαρτοκιβώτιο	0,15
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>0,55</b>

*Πίνακας 4.9.3 Κόστος Υλικών Συσκευασίας ανά Φιάλη 250ml*

ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ	ΦΙΑΛΗ 1lt
Φιάλη	0,45
Πώμα	0,06
Ετικέτα	0,068
Χαρτοκιβώτιο	0,34
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>0,918</b>

*Πίνακας 4.9.4 Κόστος Υλικών Συσκευασίας ανά Φιάλη 1lt*

\*Οι συγκεκριμένες τιμές ισχύουν για παραγγελίες: φιάλες>5.000, πώμα>10.000, ετικέτες>5.000, χαρτοκιβώτια>2.000

	ΦΙΑΛΗ 250ml	ΦΙΑΛΗ 1lt	ΣΥΝΟΛΟ
1 <sup>ο</sup> έτος	123.750	55.080	178.830
2 <sup>ο</sup> έτος	126.225	56.182	182.407
3 <sup>ο</sup> έτος	128.750	57.305	186.055
4 <sup>ο</sup> έτος	131.325	58.452	189.777
5 <sup>ο</sup> έτος	133.951	59.621	193.572

*Πίνακας 4.9.5 Συνολικό Ετήσιο Κόστος Συσκευασίας*

#### 4.9.5 Κόστος Λοιπών Εφοδίων

Η επιχείρηση θα παρέχει στους εργαζομένους στολές εργασίας οι οποίες θα περιλαμβάνουν ολόσωμη φόρμα, ειδικά παπούτσια και γάντια για τους εξωτερικούς εργάτες και μακριά μπλούζα εργαστηρίου μαζί με ειδικό σκούφο για τους εσωτερικούς εργαζομένους. Το κόστος της στολής παραμένει σταθερό. Παράλληλα τα λοιπά έξοδα συσκευασίας (τσέρκι, ταινίες PVC, Stretch Film) και λοιπά εφόδια φτάνουν στα κατά μέσο όρο στην πενταετία στα 16.312 € και παραμένουν επίσης σταθερά. Τα κόστη αυτά για την επόμενη πενταετία παρουσιάζονται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα.

ΛΟΙΠΑ ΕΦΟΔΙΑ	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Στολές Εργασίας	800	0	0	100	50
Βοηθητικά & Λοιπά Υλικά Συσκευασίας	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2.900</b>	<b>2.100</b>	<b>2.100</b>	<b>2.200</b>	<b>2.150</b>

Πίνακας 4.9.6 Κόστος Λοιπών Εφοδίων

#### 4.9.6 Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα

	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
<b>ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΚΟΣΤΗ</b>					
Υλικά Συσκευασίας	178.830	182.407	186.055	189.777	193.572
<b>ΣΤΑΘΕΡΑ ΚΟΣΤΗ</b>					
Καθαριστικά	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Κόστος Νερού	2.394	3.040	3.450	3.616	4.246
Κόστος Ηλ. Ενέργειας	6.176	7.751	8.419	9.832	10.659
Λοιπά Εφόδια	2.900	2.100	2.100	2.200	2.150

Πίνακας 4.9.6 Μεταβλητά και Σταθερά Κόστη Πρώτων Υλών και Λοιπών Εφοδίων

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

#### 5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Ένα από τα πιο καίρια σημεία για την επιτυχή πορεία της υπό εξέταση επιχείρησης είναι ο καθορισμός του προγράμματος παραγωγής. Το πρόγραμμα παραγωγής το οποίο προτίθεται να εφαρμόσει η επιχείρηση αποτελεί τη φυσική συνέχεια των στόχων που ετέθησαν από το κεφάλαιο 3 και για αυτό το λόγο αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι κάθε επενδυτικού σχεδίου.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι το πρόγραμμα παραγωγής δεν εξαρτάται μόνο από τις στρατηγικές μάρκετινγκ οι οποίες πρόκειται να εφαρμοστούν αλλά και από άλλους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά και τη διαθεσιμότητα των απαιτούμενων εισροών (η οποία και καθορίζει την ελάχιστη τιμή πώλησης των παραγόμενων προϊόντων). Επιπλέον πολύ μεγάλη σημασία έχουν η τεχνολογία και η τεχνογνωσία που θα χρησιμοποιηθούν στην υπό ίδρυση μονάδα.

Σύμφωνα λοιπόν με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω το πρόγραμμα παραγωγής που προβλέπεται να εφαρμοστεί θα πρέπει να ανταποκρίνεται στα συγκεκριμένα επίπεδα παραγωγής όπως αυτά έχουν καθοριστεί στο κεφάλαιο 3. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις για τις εκτιμώμενες μελλοντικές πωλήσεις με βάση το πρόγραμμα των πωλήσεων.

Προϊόντα	Μονάδες μέτρησης	Ποσότητες				
		1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο	Φιάλες 250ml	225.000	229.500	234.090	238.772	243.548
Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο	Φιάλες 1lt	60.000	61.200	62.424	63.673	64.947
<b>Σύνολο</b>		<b>285.000</b>	<b>290.700</b>	<b>296.514</b>	<b>302.445</b>	<b>308.495</b>

Πίνακας 5.1.1 Εκτιμώμενες μελλοντικές πωλήσεις

Η απασχολούμενη δυναμικότητα για κάθε ένα από τα επόμενα πέντε χρόνια θα ισούται με τις αντίστοιχες για κάθε έτος προβλεπόμενες πωλήσεις. Κλείνοντας το κομμάτι αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι τις περισσότερες φορές λόγω διάφορων δυσκολιών (τεχνολογικών, εμπορικών,

παραγωγικών κ.α.) η πλήρης απασχόληση της δυναμικότητας δεν είναι εφικτή στα αρχικά στάδια λειτουργίας της μονάδας. Αντιθέτως κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται σταδιακά συνήθως στον τρίτο ή τον τέταρτο χρόνο λειτουργίας. Αλλά ακόμη και σε κλάδους όπου η πλήρης απασχόληση της δυναμικότητας μπορεί να επιτευχθεί συντομότερα, κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας συνήθως η παραγωγή προγραμματίζεται σε χαμηλότερα επίπεδα ώστε να προσαρμόζεται στη σταδιακή αύξηση της ζήτησης για το προϊόν.

<u>Έτος</u>	<u>1<sup>ο</sup> έτος</u>	<u>2<sup>ο</sup> έτος</u>	<u>3<sup>ο</sup> έτος</u>	<u>4<sup>ο</sup> έτος</u>	<u>5<sup>ο</sup> έτος</u>
<b><u>Ποσοστό</u></b> <b><u>χρησιμοποιούμενης</u></b> <b><u>παραγωγικής δυναμικότητας</u></b>	<b><u>55,5%</u></b>	<b><u>63,75%</u></b>	<b><u>69,75%</u></b>	<b><u>81,75%</u></b>	<b><u>100%</u></b>

*Πίνακας 5.1.2 Ποσοστό χρησιμοποιούμενης παραγωγικής δυναμικότητας*

## 5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

### 5.2.1 Παραγωγική Διαδικασία και Τυποποίηση Ελαιολάδου

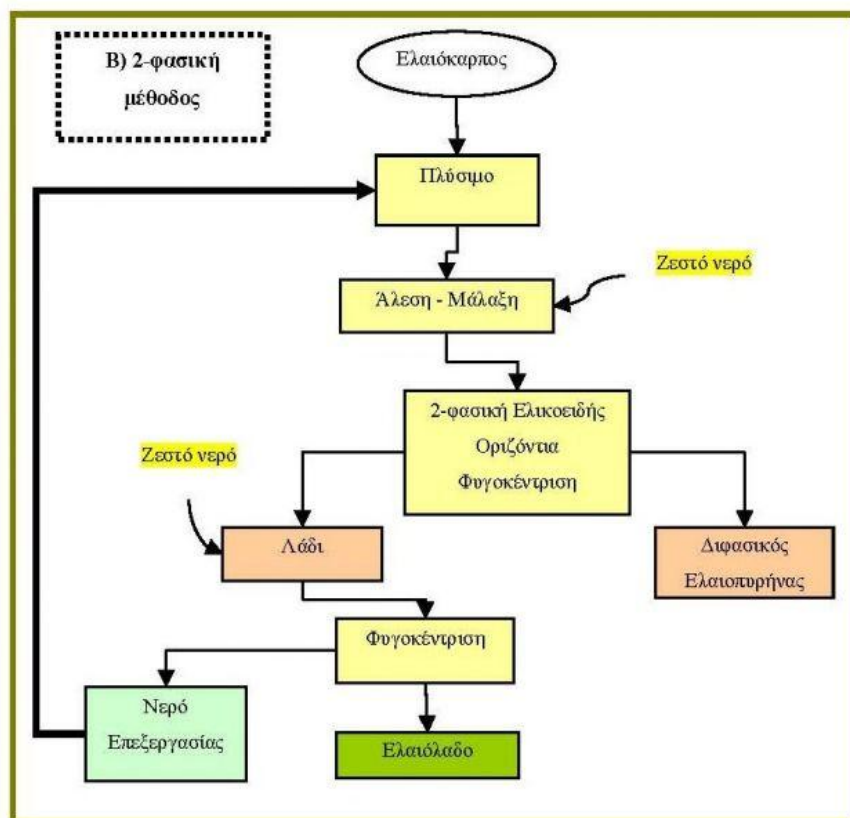
Η διαδικασία παραγωγής ελαιολάδου ακολουθεί τα εξής στάδια παραγωγής ώστε να μπορέσει να φθάσει στο τελικό καταναλωτή.

- Πραγματοποιείται η μεταφορά των ελαίων στο ελαιοτριβείο με αγροτικά αυτοκίνητα.
- Γίνεται η παραλαβή των καρπών και εκδίδονται τα απαραίτητα παραστατικά.
- Στο ελαιοτριβείο πραγματοποιούνται ορισμένα βήματα τα οποία οδηγούν στην παραγωγή χύμα ελαιολάδου και τα οποία γίνονται υπό την αποκλειστική ευθύνη του ιδιοκτήτη του ελαιοτριβείου.
  - Οι ελιές μεταφέρονται μέσω χοάνης στο αποφυλλωτήριο όπου απομακρύνονται τα φύλλα και άλλα ξένα υλικά και στη συνέχεια πλένονται προσεκτικά για την αποφυγή σκόνης και χώματος.
  - Ακολουθεί η άλεση του καρπού με κυλινδρικές μυλόπετρες
  - Στη συνέχεια γίνεται η μάλαξη κατά την οποία η ελαιοζύμη αναμιγνύεται στο μαλακτήρα μετά την προσθήκη ζεστού νερού.

- Ο πολτός της ελιάς οδηγείται έπειτα στο φυγοκεντρικό σύστημα όπου διαχωρίζεται το λάδι από τη ζύμη (κουκούτσια).
- Τέλος γίνεται ο διαχωρισμός του λαδιού από το νερό και ο καθαρισμός του ελαιολάδου.

Η εταιρεία μας εμφανίζεται ξανά με την ολοκλήρωση της παραγωγικής διαδικασίας ώστε να παραλάβει το χύμα λάδι.

- Μετά το τέλος της παραγωγικής διαδικασίας το ελαιόλαδο μεταγγίζεται σε δεξαμενές και μεταφέρεται στο τυποποιητήριο.
- Ακολουθεί έλεγχος οξύτητας
- Στην συνέχεια γίνονται διαδοχικοί καθαρισμοί με φίλτρο γης διατομών
- Εμφιάλωση με τη χρήση αυτοματοποιημένων συστημάτων
- Αποθήκευση των έτοιμων προϊόντων σε ειδικό χώρο του οποίου η θερμοκρασία ελέγχεται ώστε να μην ξεπερνά της 20°C.



Πίνακας 5.2.1 Διάγραμμα Ροής Παραγωγικής Διαδικασίας

### 5.2.2. Περιγραφή της τεχνολογίας που επιλέχθηκε

Η υπό εξέταση μονάδα πρόκειται να χρησιμοποιήσει τεχνολογία και τεχνογνωσία την οποία θα της παρέχουν οι προμηθευτές του μηχανολογικού εξοπλισμού, με το κόστος της να συμπεριλαμβάνεται στο συνολικό κόστους αυτού. Η εν λόγω επιλογή κρίθηκε ως η καταλληλότερη ύστερα από ενδελεχή έλεγχο και αξιολόγηση των λοιπών τεχνολογικών εναλλακτικών λύσεων. Επιπλέον εξετάστηκαν μια σειρά από άλλους παράγοντες οι οποίοι κρίθηκαν αναγκαίοι όπως:

- Η επίτευξη της εκτιμώμενης ετήσιας δυναμικότητας
- Ότι η συγκεκριμένη τεχνολογία είναι δοκιμασμένη
- Το κόστος εργασίας στην Ελλάδα σε σχέση με το βαθμό αυτοματοποίησης
- Οι τοπικές κοινωνικοοικονομικές συνθήκες
- Η δυνατότητα μελλοντικής επέκτασης και βελτίωσης σε σχέση με το κύκλο ζωής του έργου.

Τέλος ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στη περιβαλλοντική επίδραση και ιδιαίτερα στους κινδύνους που προκύπτουν από τη χρήση συγκεκριμένων τεχνολογιών. Με αυτό τον τρόπο η εταιρεία όχι μόνο αναδεικνύει την κοινωνική της υπευθυνότητα αλλά προλαμβάνει και πιθανές αντιδράσεις της τοπικής κοινωνίας και περιβαλλοντικών οργανισμών που θα μπορούσαν να πλήξουν σοβαρά την εικόνα της.

## 5.3 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Η επιλογή του μηχανολογικού εξοπλισμού είναι ένα ιδιαίτερα κρίσιμο σημείο για κάθε επενδυτικό σχέδιο καθώς για να πραγματοποιηθεί σωστά, είναι απαραίτητο να συνδυαστούν μια σειρά από παράγοντες που την επηρεάζουν. Για παράδειγμα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα επίπεδα της επιθυμητής παραγωγικής δυναμικότητας, η σχέση κόστους – προστιθέμενης αξίας αλλά και η αλληλένδετη σχέση του εξοπλισμού με την τεχνολογία.

Για την υπό εξέταση μονάδα ο εξοπλισμός που έχει επιλεγεί για να διασφαλιστεί η σωστή λειτουργία της επιχείρησης είναι ο εξής:

### 5.3.1. Εξοπλισμός παραγωγής

- **ΓΕΜΙΣΤΙΚΟ ENOLMASTER**



Γεμιστικό στάθμης το οποίο είναι κατάλληλο για γυάλινες φιάλες από 250ml έως και 1Lt. Διαθέτει 4 κεφαλές γεμίσματος και δυνατότητα πλήρωσης 600-700 φιάλες/ώρα και ανοξείδωτο κάλυμμα αντλίας. Λειτουργεί με κλειστό κύκλωμα υποπίεσης, με χρήση αντλίας κενού αέρος για έδραση σε πάγκο. Διαθέτεται επιπρόσθετος βραχίονας με 4 μπεκ και ανταλλακτική μονή κεφαλή mignon.

Η αρχική τιμή του ENOLMASTER είναι 125.900€. Για την ανταλλακτική κεφαλή για τις μινιατούρες ο ενδιαφερόμενος θα διαθέσει 220 €, ενώ το σετ με τα 4 μπεκ mignon που είναι ιδανικό για την εμφιάλωση μεγαλύτερου αριθμού μινιατούρων, κοστίζει 860 €.

- **ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΠΩΜΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΗΧΑΝΗ TSP-1000**

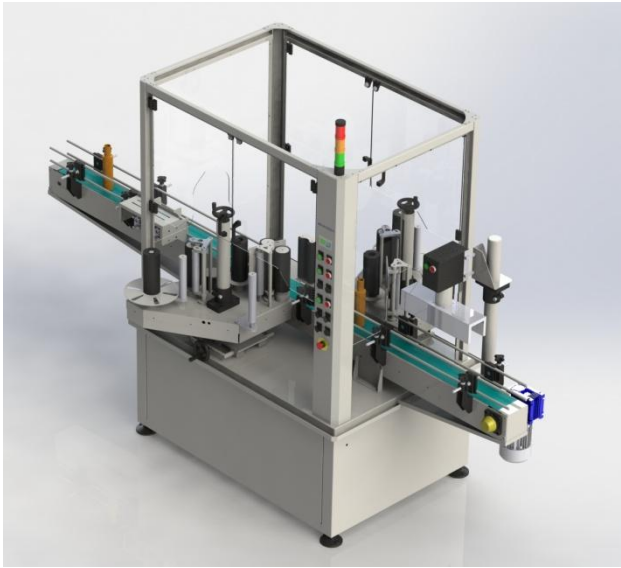


Η METROTECH έχει σχεδιάσει μία μεγάλη γκάμα κλειστικών για δοχεία, όπως ημιαυτόματα κλειστικά (πωματιστικά, βιδωτά κ.α.), πλήρως αυτόματα κλειστικά για αυτόματες γραμμές συσκευασίας, αλλά και αυτόματους τροφοδότες πωμάτων. Εμείς μέσα από τη μεγάλη αυτή γκάμα επιλέξαμε μία αυτόματη πωματιστική μηχανή 3 κεφαλών, κατάλληλη για όλα τα πώματα (βιδωτά πλαστικά, pilfer – proof, twist – off, ταπωτά λευκοσιδηρών δοχείων κ.α.). Διαθέτει ερπύστρια μεταφοράς δοχείων και διαφανές housing προστασίας

χειριστή. Δονητικός τροφοδότης πωμάτων (προαιρετικά). Φάρος για την ένδειξη σωστής λειτουργίας, πολλαπλά σημεία ελέγχου. Η αρχική τιμή του είναι 28.620 €.



- ΠΛΗΡΩΣ ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΕΤΙΚΕΤΕΖΑ ΓΡΑΜΜΗΣ LB04



Πλήρως αυτόματη ετικετέζα, για επικόλληση ετικετών σε κυλινδρικές και τετράγωνες φιάλες, κατάλληλη για αυτόματη γραμμή συσκευασίας. Διαθέτει ωριαία απόδοση έως 1000 δοχεία, με δυο σταθμούς επικόλλησης κατάλληλη για επικόλληση μονής ή διπλής (μπρος – πίσω) ετικέτας σε στρογγυλό και σε τετράγωνο δοχείο (προαιρετικά). Παράλληλα διαθέτει housing, πολλαπλά σημεία ελέγχου, δυνατότητα προσαρμογής αυτόματου ή ημιαυτόματου ink-jet, φάρο για τη σήμανση σωστής λειτουργίας, καθώς και μάντα

Σταθεροποίησης Φιαλών. Η αρχική της τιμή είναι 16.000 €.

- ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ



Οι δεξαμενές είναι κατασκευασμένες από ανοξείδωτο χάλυβα (AISI304) με εξωτερική επεξεργασία (fioretatura ή matt), είναι εξοπλισμένες με μανδύες ψύξης/θέρμανσης υψηλής απόδοσης, εξοπλισμό ασφαλείας, εξαρτήματα για την διαχείριση του προϊόντος και όργανα για τον έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας. Στις διαστάσεις των δεξαμενών προβλέπεται ποσοστό ευελιξίας ώστε να είναι δυνατή η προσαρμογή τους στον εκάστοτε διαθέσιμο χώρο, ενώ όλες οι δεξαμενές διαθέτουν προεγκατάσταση για λειτουργία με ατμόσφαιρα αδρανούς αερίου (άζωτο).

Η εταιρεία μας θα διαθέτει 5 δεξαμενές αποθήκευσης **5m<sup>3</sup>** με κωνικό πυθμένα 15 μοιρών και στήριξη σε πόδια. Τιμή τεμαχίου 2.640 €.

- **ΜΕΣΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ**



Ανυψωτικό παλετοφόρο PL13 - PL16 ηλεκτροκίνητο, ηλεκτρικής προώθησης και ανύψωσης έως 1.300kg, πεζού χειριστή και μοτέρ κίνησης με σύστημα excite, έως 24V 1200W και ηλεκτρομαγνητικό φρένο. Διακόπτης αναλογικού ελέγχου της ταχύτητας κατεβάσματος των πιρουνιών

Υδραυλική μονάδα έως 24V 3000W με βαλβίδα αναλογικού ελέγχου, δείκτης κατάστασης φόρτισης μπαταρίας και μπλοκάρισμα πιρουνιών όταν η μπαταρία είναι άδεια, ωρόμετρο LCD, διπλοί τροχοί πιρουνιών και αυτόματη μείωση ταχύτητας με ανυψωμένο φορτίο.

Αρχική τιμή 1.290 €.

### **5.3.2. Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού**

Για την λειτουργία του διοικητικού τμήματος θα δημιουργηθούν χώροι γραφείων οι οποίοι θα εξοπλιστούν με τα παρακάτω:

- Γραφείο Διευθυντού
- Γραφεία
- Τραπέζι συνεδριάσεων
- Βιβλιοθήκη
- Καρέκλες
- Καθίσματα επισκεπτών
- Συρταριέρες

Επίσης στους χώρους γραφείων που θα δημιουργηθούν θα εγκατασταθεί σύστημα μηχανοργάνωσης αποτελούμενο από:

- Η/Υ (εκ των οποίων ένας θα χρησιμοποιηθεί ως server)

- UPS
- Οθόνες LG Led 20” 20M35A-B
- Φορητός Η/Υ
- ΕκτυπωτέςHPLaserJetP1606DN
- Φωτοαντιγραφικό μηχάνημα Toshiba

Τέλος θα εγκατασταθεί λογισμικό της Galaxy Net για την οικονομική και λογιστική διαχείριση, την κοστολόγηση και τον έλεγχο των αποθεμάτων της επιχείρησης, την διαχείριση πελατών-προμηθευτών (CRM) , την παρακολούθηση της παραγωγής κ.α.

### **5.3.3. Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός κλιματισμού**

Η εταιρεία μας θα επιλέξει την αντλία θερμότητας INTERKLIMA MPCA010HSB με υδραυλικό συγκρότημα MPCA-010 και με δοχείο αδράνειας.

Η σειρά αντλιών θερμότητας MPCAHSB της Interklima είναι κατάλληλη για εγκαταστάσεις κλιματισμού και για εξωτερική τοποθέτηση. Η σειρά αυτή συνδυάζεται ιδανικά με άλλα προϊόντα Interklima όπως κλιματιστικές μονάδες, μονάδες FanCoils και κασέτες νερού για τον κλιματισμό δεξαμενών, ψυκτικών θαλάμων, κατοικιών, κτηρίων γραφείων, νοσοκομείων, καταστημάτων, εστιατορίων, εμπορικών κέντρων κλπ. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για παροχή κρύου νερού σε βιομηχανικές εφαρμογές.

### **5.3.4. Προστασία περιβάλλοντος**

Όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος και την μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος η επιχείρηση θα εγκαταστήσει σύστημα ανακύκλωσης του συνόλου των συσκευασιών της (κάδοι ανακύκλωσης) καθώς και 3 κάδους για την κομποστοποίηση (διαδικασία κατά την οποία αξιοποιείται πολύτιμη οργανική ύλη για την μακροπρόθεσμη αύξηση της γονιμότητας των εδαφών) των οργανικών της απορριμμάτων. Η επιχείρηση θα προχωρήσει επίσης στην πιστοποίηση της κατά το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001.

### **5.3.5. Έργα πολιτικού μηχανικού**

Το οικοπέδο που έχει επιλεγεί για την εγκατάσταση της μονάδας βρίσκεται στο 15ο χιλιόμετρο Μυτιλήνης - Καλλονής, και είναι συνολικής έκτασης 900 m<sup>2</sup>. (εκτενέστερη ανάλυση για τον τρόπο επιλογής του συγκεκριμένου οικοπέδου γίνεται στο κεφάλαιο 8 της παρούσας μελέτης). Τα έργα θα αναλάβει κατασκευαστική εταιρεία με ειδικευση και μεγάλη εμπειρία στην κατασκευή βιομηχανικών μονάδων. Πιο συγκεκριμένα τα έργα που πρόκειται να γίνουν χωρίζονται στις κατηγορίες της διαμόρφωσης του περιβάλλοντα χώρου και της κατασκευής των κτιριακών εγκαταστάσεων.

#### **ΈΡΓΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΧΩΡΟΥ**

- Αποψίλωση περιβάλλοντα χώρου
- Τσιμεντόστρωση περιμετρικά του κτιρίου
- Περίφραξη οικοπέδου
- Κατασκευή θέσεων στάθμευσης
- Έργα φωτισμού περιβάλλοντα χώρου
- Εγκατάσταση γραμμών μεταφοράς ηλεκτρικού ρεύματος και καλωδιώσεων τηλεπικοινωνιών
- Διάφορες εργασίες καλλωπισμού

#### **ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ**

Οι κτιριακές εγκαταστάσεις θα αποτελούνται από ένα ισόγειο και έναν υπερυψωμένο όροφο. Θα έχουν δάπεδα από αδιαπότιστο, λείο και μη εύθρυπτο υλικό (βιομηχανικό δάπεδο), με κατάλληλη κλίση προς φρεάτια αποστράγγισης για τον εύκολο καθαρισμό τους και ξέπλυμα με νερό. Αναλυτικότερα τα έργα που περιλαμβάνονται στη κατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων είναι τα παρακάτω:

- Κεντρική κτιριακή μονάδα
- Διαμόρφωση χώρου εγκατάστασης μηχανολογικού εξοπλισμού
- Αποθήκες
- Γραφεία και διοικητικοί χώροι
- Χώρο υποδοχής
- 2 W.C. ( Το ένα για Α.Μ.Ε.Α.)

## 5.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Προκειμένου να ολοκληρωθεί η παρούσα ανάλυση πρέπει γίνει ο υπολογισμός του συνολικού κόστους της επένδυσης ο οποίος παρουσιάζεται παρακάτω:

<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΩΝ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
<b>ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ</b>	
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	20.000
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	200.000
ΥΔΡΕΥΣΗ	3.000
ΑΠΟΧΕΤΕΥΗ	4.000
<b>Σύνολο</b>	<b>227.000€</b>
<b>ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ</b>	
<b>ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ</b>	
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	171.810
ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ	13.200
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ	8.000
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΚΑΙ ΧΩΡΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	6.500
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	2.000
<b>Σύνολο</b>	<b>201.510€</b>
<b>ΕΡΓΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΧΩΡΟΥ</b>	
ΤΣΙΜΕΝΤΟΣΤΡΩΣΕΙΣ, ΠΕΡΙΦΡΑΞΕΙΣ, ΦΩΤΙΣΜΟΣ, ΕΡΓ. ΚΑΛΩΠΙΣΜΟΥ	40.000
<b>Σύνολο</b>	<b>40.000€</b>
<b>ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ</b>	
ΑΜΟΙΒΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΜΕΛΕΤΗΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΧΕΔΙΟΥ	10.000
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ISO	23.000
<b>Σύνολο</b>	<b>33.000€</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>801.510€</b>

Πίνακας 5.4.1 Κόστος επένδυσης

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

#### 6.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τη διοικητική ανάπτυξη και με τον ενδελεχή σχεδιασμό της οργάνωσης της επιχείρησης η οποία είναι απαραίτητη, προκειμένου να ικανοποιούνται συνθήκες βέλτιστης διαχείρισης.

Η διαίρεση της εταιρίας σε μεμονωμένες οργανωσιακές μονάδες κρίνεται απαραίτητη, έχοντας ως στόχο να μην ξεχαστεί κάποια πληροφορία. Η οργανωσιακή δομή κάθε επιχείρησης είναι διαφορετική και εξαρτάται από τον τύπο της επιχείρησης όπου εξετάζουμε, το μέγεθος, τους στόχους, τις πολιτικές και τις αξίες της. Το πρώτο βήμα στην οργάνωση της επιχείρησης είναι η κατάρτιση ενός λειτουργικού οργανογράμματος. Ως οργανόγραμμα ορίζουμε τη σχηματική απεικόνιση της οργανωτικής διάρθρωσης της επιχείρησής μας. Λέγοντας αυτό εννοούμε ότι δεν αποτελεί απλώς ένα διάγραμμα του οργανισμού, ένα απλό σχέδιο ή μία απλή αναφορά θέσεων εργασίας. Αποτελεί το φωτεινό σηματοδότη κάθε θέσης, του προϊόντος που παράγεται στη θέση αυτή και της λειτουργίας της και δείχνει τη ροή διαδοχικών προϊόντων κάθε θέσης εργασίας ώστε να φτάσουμε στο τελικό προϊόν της επιχείρησης.

Πλεονεκτήματα του σωστού οργανογράμματος αποτελούν η επακριβής καταγραφή των αρμοδιοτήτων και των καθηκόντων κάθε εργαζόμενου ξεχωριστά, η οποία προάγει την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητά του. Επιπρόσθετα, σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι το σωστό οργανόγραμμα συντελεί στο αίσθημα ασφάλειας, σωστής κατεύθυνσης και πειθαρχίας που νιώθει κάθε άτομο ξεχωριστά. Θα αποτελούσε παράλειψη η μη αναφορά του γεγονότος, ότι το σωστό οργανόγραμμά μας παρέχει πληροφορίες για ισχύουσα ιεραρχία, θέσεις, αρμοδιότητες, κανάλια επικοινωνίας, γραμμή εντολών, διάφορα τμήματα, προϊόντα, μεθόδους κατασκευής και διάθεσης και όχι για νεοδημιουργηθείσες ανθρώπινες σχέσεις, τον πραγματικό βαθμό εξουσίας και ευθύνης και για την άτυπη οργάνωση.

Η πολλά υποσχόμενη μελλοντική πορεία της επιχείρησής μας δε θα μπορούσε παρά να στηριχτεί σε μία σύγχρονη και αποτελεσματική δομή η οποία να παρέχει τις σωστές βάσεις για τη μελλοντική της εξέλιξη.

Η τμηματοποίηση αυτή γίνεται **βάσει λειτουργιών** για τους λόγους που θα αναφέρουμε στη συνέχεια. Αρχικά το συγκεκριμένο σύστημα ενθαρρύνει τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας στις επιμέρους λειτουργίες. Επιπλέον, προάγει την εσωτερική αποτελεσματικότητα , ανάπτυξη ειδικών ικανοτήτων και γνώσεων , αύξηση εξειδίκευσης και ταυτόχρονα αύξηση της ποιότητας.

Πέρα όμως του καθιερωμένου , τυπικού τρόπου τμηματοποίησης των εργασιών , γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι σε όλες τις επιχειρήσεις ( συγκαταλέγεται και η δική μας) συνυπάρχουν μαζί με τις τυπικές και οι **άτυπες ομάδες** , οι οποίες αποτελούνται και αυτές από ομάδες ατόμων. Στην εν λόγω υπό ίδρυση επιχείρηση τυποποίησης ελαιολάδου στην τυπική οργάνωση ορίζεται μία οριζόντια, μια κάθετη και μια τυχαία άτυπη ομάδα . Η κάθετη άτυπη ομάδα αποτελείται από μεμονωμένα τμήματα της επιχείρησης και απαρτίζεται από ιεραρχικά άνισους, η οριζόντια άτυπη ομάδα από άτομα στο ίδιο ιεραρχικό επίπεδο και στην τυχαία διάταξη δε συνδεόμαστε κάπως με την τυπική δομή αλλά προκύπτει με γνώμονα τις σχέσεις.

Πλεονεκτήματα της άτυπης ομάδας είναι ότι αποτελεί μία «βαλβίδα ασφαλείας» για εκτόνωση εντάσεων. Στη συνέχεια, η ύπαρξή της ενισχύει τις κοινές πεποιθήσεις, διευκολύνει την επικοινωνία και την πληροφόρηση ανάμεσα στα μέλη της ομάδας , συντελεί στην ενδυνάμωση και ασφάλεια αυτών.

Ως μειονεκτήματα της άτυπης ομάδας μπορούμε να αναφέρουμε τη διασπορά φημών ανάμεσα στους εργαζομένους της επιχείρησης, την εν δυνάμει πίεση στα μέλη για ομοιόμορφη συμπεριφορά, εν δυνάμει σύγκρουση ρόλων και συμφερόντων και πιθανές αντιδράσεις σε προγραμματισμένες αλλαγές, πράγμα το οποίο θα αποτελέσει παράδειγμα προς αποφυγή στην επιχείρησή μας.

	ΤΥΠΙΚΗ	ΑΤΥΠΗ
<b>Στόχοι</b>	Αντικειμενικοί στόχοι επιχείρησης	Ικανοποίηση μεμονωμένων αναγκών
<b>Επικοινωνία</b>	Μέσω τυπικών καναλιών	Διαπροσωπικές σχέσεις
<b>Ηγέτης</b>	Αξιοκρατική τοποθέτηση	Καθορίζεται από ομάδα
<b>Διαπροσωπικές σχέσεις</b>	Βάσει θέσης και αντικειμένου εργασίας	Βάσει συναισθήματος
<b>Δομή</b>	Ορθολογική δομή	Αυθόρμητη δομή

*Πίνακας 6.1.1 Ποσοστό χρησιμοποιούμενης παραγωγικής δυναμικότητας*

## 6.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

Η υπό μελέτη μονάδα τυποποίησης προκειμένου να λειτουργήσει αποτελεσματικά, κρίνεται επιτακτική η επιμελής οργάνωση των εργασιών της με τρόπο συγκεκριμένο ώστε να εξασφαλίζεται η ομαλή ροή των απαιτούμενων διαδικασιών της, από την παραλαβή της πρώτης ύλης μέχρι και τη διανομή του τελικού της προϊόντος.

Οι προαναφερθείσες λειτουργίες διακρίνονται σε **κύριες** λειτουργίες και σε **υποστηρικτικές**. Οι κύριες λειτουργίες αποτυπώνουν το λόγο ύπαρξης της επιχείρησής μας , παίζοντας καταλυτικό ρόλο στην αποτελεσματική παραγωγή του τελικού προϊόντος μας, ενώ οι δευτερες πλαισιώνουν ουσιαστικά τις κύριες λειτουργίες και έχουν λόγο ύπαρξης προκειμένου να φέρουν εις πέρας το περιεχόμενο των πρώτων.

### 6.2.1 Οργανωσιακές λειτουργίες

Ακολουθώντας τη θεωρία του Porter προκειμένου να μελετήσουμε το εσωτερικό περιβάλλον κάθε επιχείρησης, αναλύουμε την **εσωτερική αλυσίδα αξίας** της (value chain analysis) .

Οι κύριες λειτουργίες λαμβάνουν χώρα με τα εισερχόμενα logistics (inbound logistics), δηλαδή παραλαβή των πρώτων υλών (ελιές), διακίνηση αυτών, ελαιοπαραγωγή, αποθήκευση σε δεξαμενές, εμφιάλωση και περνάμε στα εξερχόμενα logistics (outbound logistics) , τα οποία είναι: συσκευασμένα προϊόντα, διανομή, εμπορία, μάρκετινγκ, πωλήσεις και εξυπηρέτηση πελάτη.

Οι δραστηριότητες υποστήριξης περιλαμβάνουν την υποδομή της επιχείρησης, τη διαχείριση ανθρώπινων πόρων, την ανάπτυξη της τεχνολογίας και την προμήθεια.

Οι **κύριες δραστηριότητες** στην περίπτωση της επιχείρησής μας είναι :

- ✓ **Παραλαβή Α' ύλης**
  - Έλεγχος αποθηκευτικού χώρου
  - Έλεγχος ποσότητας Α' ύλης
  - Έλεγχος ποσότητας υλικών παραγωγής
- ✓ **Επεξεργασία Α' ύλης**
  - Επακριβής σειρά παραγωγής
  - Διαλογή, έκθλιψη Α' ύλης
- ✓ **Ενδεδειγμένος έλεγχος παραγωγικής διαδικασίας**
  - Παραλαβή Α' ύλης έως αποστολή τελικού προϊόντος σε χονδρεμπόρους



- ✓ **Συσκευασία τελικού προϊόντος και έκδοση τιμολογίων**
- ✓ **Inbound and outbound logistics**
  - Μεταφορά ελαιόκαρπων από τα κτήματα προς τις αποθήκες με όχημα μονάδας (Clark)
  - Μεταφορά έτοιμου προϊόντος προς χονδρεμπόρους
- ✓ **Marketing και ανάλυση αγοράς**

Η εκ βαθέων γνώση της αγοράς, η κατανόηση των αναγκών των καταναλωτών, η σωστή προώθηση του προϊόντος μας και η έγκαιρη παράδοσή του είναι καταλυτικοί παράγοντες για ένα βιώσιμο και επικερδές μέλλον για την επιχείρησή μας. Μέσα για να τα επιτύχουμε αυτά αποτελούν:

  - Έρευνα για τη ζητούμενη ποσότητα
  - Έρευνα σχετικά με τις προτιμήσεις των πελατών μας ( χονδρέμποροι)
  - Επιλογή σωστών τεχνικών προώθησης
  - Επιβολή ορθής τιμολογιακής πολιτικής

Οι δραστηριότητες υποστήριξης στην περίπτωση του οινοποιείου είναι :

- ✓ **Δομή επιχείρησης ( Firm Infrastructure )**
  - Γενική Διοίκηση (συντονισμός δραστηριοτήτων για την ορθή λειτουργία της επιχείρησης)
  - Λογιστήριο (πάγια, κυκλοφορούν ενεργητικό, εισπρακτέοι- πληρωτέοι λογαριασμοί)
  - Χρηματοοικονομικά ( ταμειακές- χρηματοοικονομικές ροές, πηγές χρηματοδότησης )
  - Στρατηγικός προγραμματισμός ( στρατηγική επιχείρησης μέσω διαφοροποίησης προϊόντος )
- ✓ **Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού ( Human Resource Management )**

Είναι ευρύτερα γνωστό ότι οι σύγχρονες επικερδείς επιχειρήσεις επενδύουν στο ανθρώπινο δυναμικό που στελεχώνει τις διάφορες λειτουργίες τους, καθώς και στην ανάπτυξη αμφίπλευρης προσωπικότητας κάθε ατόμου και στη διαφορετικότητά του. Στόχος της επιχείρησης μας είναι η αναζήτηση των κατάλληλων ατόμων, στην κατάλληλη θέση με τα κατάλληλα χαρακτηριστικά με στόχο τα βέλτιστα αποτελέσματα.

- Προσδιορισμός αναγκών επιχείρησης σε προσωπικό και πρόσληψη αντίστοιχων ατόμων με ανάλογα κριτήρια
  - Προσδιορισμός ειδικών λειτουργιών και καθηκόντων κάθε θέσης
  - Αξιολόγηση προσωπικού
  - Εκπαίδευση προσωπικού και προγραμματισμός σεμιναρίων
  - Ασφαλιστικά προγράμματα και μισθοδοσίες
  - Ανάπτυξη εργασιακών σχέσεων
- ✓ **Ανάπτυξη τεχνολογίας ( Technology Development )**
- Συντήρηση εξοπλισμού, μηχανών για αναχαίτιση εν δυνάμει δυσλειτουργιών
  - Βέλτιστη λειτουργία συνόλου διαδικασιών ή αποκοπή παλαικών και εισαγωγή νέων καινοτόμων, για αύξηση ποιότητας τελικού προϊόντος.
- ✓ **Προμήθεια ( Procurement )**
- Προμήθεια Α υλών , εξοπλισμού παραγωγής, υλικών συσκευασίας και λοιπών αναλωσίμων επιχείρησης
  - Έλεγχος αποθεμάτων
  - Επιλογή προμηθευτών, σχέσεις με προμηθευτές και πληρωμή αυτών
  - Έλεγχος τιμολογίων και διαπραγμάτευση τιμών

### 6.3 ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Πίνακας 6.3.1 Πίνακας Οργανωτικής Δομής

Στο παρόν οργανόγραμμα τους μετόχους της επιχείρησης απαρτίζουν οι πέντε εκπρόσωποι των διευθύνσεων μας. Την **Ανώτατη Διοίκηση** αποτελούν οι δύο Γενικοί Διευθυντές κ. Βουγιουκλής Αθανάσιος και κ. Γαλανός Κωνσταντίνος οι οποίοι συμμετέχουν ισάξια στο μετοχικό πακέτο της υπό σύστασης εταιρείας.

Τη **διεύθυνση των Οικονομικών** θα αναλάβει η κ. Βουγιουκλή Μαρία, σύμφωνα με τα τυπικά προσόντα της, ( απόφοιτος του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου με μεταπτυχιακό δίπλωμα ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων).

Τη **διεύθυνση του τμήματος Marketing** θα αναλάβει η κ. Βρεττού Ελισάβετ, η οποία έχει στο βιογραφικό της πολυετή πείρα, εφόσον ήταν για έντεκα χρόνια υπεύθυνη τμήματος ΜΚΤ σε γνωστή διαφημιστική εταιρεία με άριστες επικοινωνιακές δεξιότητες τόσο σε προσωπικό επίπεδο όσο και στις δημόσιες σχέσεις.

Τέλος, **υπεύθυνος στο τμήμα Παραγωγής** θα είναι ο κ. Στεργιόπουλος Νικόλαος ( απόφοιτος Χημικού Τμήματος Πανεπιστημίου Αθηνών).

### **6.3.1 Βασικές αρμοδιότητες των επιμέρους τμημάτων**

- **Γενικός Διευθυντής**

Ο Γενικός Διευθυντής καθίσταται υπεύθυνος για την επίβλεψη των επιμέρους διευθύνσεων της επιχείρησής μας, με σκοπό τόσο την ομαλή λειτουργία και την τήρηση των επιμέρους καθηκόντων, όσο και την ανάπτυξη και εγκαθίδρυση της εταιρείας στην εγχώρια αγορά.

Επιπλέον, έχει οριστεί υπεύθυνος ποιοτικού ελέγχου του προϊόντος μας και σκοπός του είναι να φροντίζει ώστε στη βιομηχανία όλοι οι διευθυντές να τηρούν τις προδιαγραφές των συστημάτων, των διαδικασιών και των δεσμεύσεων της διοίκησης σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας.

#### **Καθήκοντα - Αρμοδιότητες**

- Δοκιμάζει τη λειτουργία των συστημάτων (ποιοτικός έλεγχος).
- Κάνει εσωτερικές επιθεωρήσεις σε όλα τα τμήματα της βιομηχανίας και ελέγχει τα αποτελέσματα αυτών.
- Αποφασίζει να προχωρήσει σε διορθωτικές ενέργειες που αφορούν στο τρόπο διοίκησης ή σε λάθη στην παραγωγική διαδικασία.

- Εφαρμόζει διεθνή πρότυπα πιστοποίησης, ώστε να αξιολογούνται οι ήδη υπάρχουσες διαδικασίες και να βελτιώνονται, όπου αυτό είναι απαραίτητο.
- Ελέγχει τις διαδικασίες σε όλα τα στάδια της βιομηχανικής αλυσίδας ξεκινώντας από το Τμήμα Προγραμματισμού Παραγωγής και Αποθήκης, το Τμήμα Παραγωγής, το Τμήμα Προμηθειών, το Τμήμα Οικονομικής Διαχείρισης, την Τεχνική Διεύθυνση αλλά και τη Διεύθυνση Προώθησης .

#### • Τμήμα Παραγωγής

Ο διευθυντής παραγωγής είναι υπεύθυνος για το συντονισμό και την υλοποίηση των προγραμμάτων παραγωγής με σκοπό να παράγουν προϊόντα υψηλής ποιότητας με το μικρότερο δυνατό κόστος.

#### Καθήκοντα - Αρμοδιότητες

- Σχεδιάζει , τη γραμμή παραγωγής κάθε προϊόντος και υπολογίζει το χρόνο που απαιτείται των επιμέρους εργασιών
- Αλλάζει το πρόγραμμα παραγωγής, αν διαπιστώσει ότι ο αρχικός σχεδιασμός παραγωγής δεν είναι αποδοτικός από πλευράς ποιότητας και κόστους σε συνεργασία με τα αντίστοιχα τμήματα
- Αναλύει όλους τους παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία της παραγωγής ( μεταφοράς, φορτοεκφορτώσεις, διαδικασίες συντήρησης, συσκευασίας κλπ.) και πραγματοποιεί τις απαιτούμενες αλλαγές, ώστε η παραγωγική διαδικασία να προσαρμόζεται στις εξελίξεις και η επιχείρηση να παραμένει ανταγωνιστική.
- Επιβλέπει όλες τις φάσεις παραγωγής για να διαπιστώσει ότι όλα γίνονται με τις προδιαγραφές που έχουν οριστεί.
- Φροντίζει για την καλύτερη διακίνηση των πρώτων υλών από τις αποθήκες στο χώρο παραγωγής καθώς και τη ροή και εσωτερική διακίνηση των προϊόντων.
- Οργανώνει το χώρο παραγωγής επιλέγοντας τα κατάλληλα μηχανήματα με σκοπό την αυτοματοποίηση της παραγωγής, ύστερα από εισήγηση των Μηχανικών Παραγωγής.
- Αντιμετωπίζει έκτακτα προβλήματα, ( βλάβες μηχανημάτων, απουσία προσωπικού κλπ.).
- Λαμβάνει μέτρα ώστε η βιομηχανία να μην ρυπαίνει το περιβάλλον.

- **Τμήμα Οικονομικών**

Ο **διευθυντής οικονομικών** είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση των οικονομικών πτυχών της επιχείρησης και για την παροχή οικονομικών συμβουλών στους άλλους τομείς για τη λήψη αποφάσεων, ελέγχει και συντονίζει τα οικονομικά θέματα αυτής.

#### **Καθήκοντα - Αρμοδιότητες**

- Συντάσσει τον ισολογισμό της εταιρίας, με βάση τα οικονομικά στοιχεία.
- Συμβάλλει μαζί με τον διευθύνοντα σύμβουλο στη διαμόρφωση του καταστατικού της εταιρείας.
- Καθορίζει τον τρόπο λειτουργίας και ελέγχου των οικονομικών της εταιρείας.
- Αξιολογεί τις οικονομικές απαιτήσεις των διαφόρων τμημάτων της εταιρείας σύμφωνα με τις οικονομικές δυνατότητες της.
- Υπολογίζει το κόστος λειτουργίας και τα έσοδα της εταιρείας.
- Οργανώνει το σύστημα συναλλαγών με τις τράπεζες.
- Διαχειρίζεται τα φορολογικά της εταιρείας.
- Είναι υπεύθυνος για τη μισθοδοσία του προσωπικού.

- **Τμήμα Marketing**

Το **μάρκετινγκ (Marketing)** συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια της επιχείρησης να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα που παράγει με τον πελάτη- στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

#### **Καθήκοντα - Αρμοδιότητες**

- Οργάνωση και διεύθυνση όλων των δραστηριοτήτων του Τμήματος Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

- Σχεδιασμός στρατηγικής κατεύθυνσης μάρκετινγκ και πωλήσεων.
- Πλήρη γνώση και αντίληψη των ενεργειών του ανταγωνισμού.
- Επιλογή και συντονισμό των μέσων επικοινωνίας για υλοποίηση του πλάνου Marketing.

## 6.4 ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΕΝΤΡΩΝ ΚΟΣΤΟΥΣ

Τα κέντρα κόστους της επιχείρησής μας κατά τη διάρκεια της προ-επενδυτικής φάσης όπου βρισκόμαστε διαχωρίζονται στα ακόλουθα :

- ✓ Κέντρα κόστους παραγωγής
- ✓ Κέντρα κόστους υποστήριξης
- ✓ Κέντρα κόστους διοίκησης και διαχείρισης

Πιο αναλυτικά:

### ✓ 6.4.1 Κέντρα κόστους παραγωγής

Λέγοντας αυτό εννοούμε τα μέρη εκείνα της επιχείρησης που διεκπεραιώνουν βασικές λειτουργίες παραγωγής όπως η εμφιάλωση.

### ✓ 6.4.2 Κέντρα κόστους υποστήριξης

Τα επονομαζόμενα κέντρα προσφέρουν υποστηρικτική δράση ώστε να επιτύχουμε μία σωστά λειτουργούσα επιχείρηση. Στις εργασίες αυτές περιλαμβάνονται :

- Εξωεπιχειρησιακές δραστηριότητες
- Προμήθειες Α' υλών
- Αποθήκευση Α' ύλης
- Παροχή νερού και ηλεκτρικής ενέργειας

### ✓ 6.4.3 Κέντρα κόστους διοίκησης και διαχείρισης

Στο κομμάτι αυτό περιλαμβάνονται διάφορα θέματα χρηματοοικονομικής φύσεως, θέματα εκπαίδευσης προσωπικού, προγραμματισμού αλλά και κοστολόγησης.

## 6.5 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

### 6.5.1 Αποσαφήνιση του όρου «Γενικά Έξοδα»

Κάθε λειτουργούσα επιχείρηση επιβαρύνεται με **άμεσα ή βασικά κόστη** και **έμμεσα κόστη ή γενικά έξοδα**.

Το άμεσο κόστος αθροίζεται απευθείας και προσμετρείται στο τελικό προϊόν, βάσει της γραμμής της παραγωγικής διαδικασίας, το οποίο υποδιαιρείται σε άμεσο κόστος υλικών, άμεσο κόστος εργασίας και άλλες άμεσες δαπάνες.

Το έμμεσο κόστος είναι οτιδήποτε δεν περιλαμβάνεται και δεν εντάσσεται στο άμεσο κόστος, το οποίο μπορεί να είναι αποτέλεσμα υπηρεσιών όχι άμεσα ανιχνεύσιμων στο τελικό μας προϊόν ή άλλων λοιπών εξόδων (π.χ. ασφάλιστρα). Λόγω της ασαφούς φύσης τους, χρήζει ιδιαίτερης προσοχής ο υπολογισμός τους και τα διαχωρίζουμε στις ακόλουθες κατηγορίες με βάση τις ανάγκες της επιχείρησής μας.

- ❖ Γενικά έξοδα χρηματοοικονομικής φύσεως
- ❖ Γενικά διοικητικά έξοδα και έξοδα ποιοτικού ελέγχου
- ❖ Γενικά έξοδα λειτουργίας Marketing
- ❖ Γενικά βιομηχανικά έξοδα

ΓΕΝΙΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	ΕΞΟΔΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΕΞΟΔΑ MARKETING	Γ.Β.Ε
<b>Αμοιβές εργαζομένων</b>	Συντήρηση εργαστηρίου	Έξοδα εργαζόμενων Marketing	Αμοιβή οδηγών
<b>Αναλώσιμα</b>	Αναλώσιμα εργαστηρίου	Έξοδα προβολής	Κόστος μεταφορών
<b>Λοιπά έξοδα</b>	Αποσβέσεις	Έξοδα διανομής	Στολές εργασίας
	Ασφάλιστρα	Έξοδα τιμολογιακής πολιτικής	Ασφάλιστρα μηχανολογικού εξοπλισμού
	Προγράμματα εκπαίδευσης		Αποσβέσεις

*Πίνακας 6.5.1 Πίνακας γενικών εξόδων*

## 6.5.2 Υπολογισμός Γενικών Εξόδων με γνώμονα την 5ετία

### Γενικά χρηματοοικονομικά έξοδα

❖ Όσον αφορά τις αμοιβές προσωπικού έχουμε :

\*οι αμοιβές του προσωπικού θα παραμείνουν σταθερές για τα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Θέση Εργασίας Εργαζομένου	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Γενικοί Διευθυντές	84.000	84.000	84.000	84.000	84.000
Διευθυντής Οικονομικών	21.000	21.500	21.500	21.500	21.500
Διευθυντής Παραγωγής	16.800	16.800	16.800	16.800	16.800
Διευθυντής Marketing	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
Ανειδίκευτοι Εργάτες	56.000	56.000	56.000	56.000	56.000
Εποχιακοί Εργάτες	12.600	12.600	12.600	12.600	12.600
Καθαρίστρια	7.700	7.700	7.700	7.700	7.700
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>212.500</b>	<b>212.500</b>	<b>212.500</b>	<b>212.500</b>	<b>212.500</b>

Πίνακας 6.5.2 Αμοιβές εργαζομένων

❖ Αναλώσιμα

Όσον αφορά τα αναλώσιμα, εννοούμε στο χώρο διοίκησης και αποθήκης (γραφική ύλη, αναλώσιμα Η/Υ ), τα οποία υπολογίζονται περίπου σε 785 ευρώ τον χρόνο.

Αναλώσιμα	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Γραφική Ύλη	425	425	425	425	425
Toner	360	360	360	360	360
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>785</b>	<b>785</b>	<b>785</b>	<b>785</b>	<b>785</b>

Πίνακας 6.5.3 Έξοδα αναλώσιμων

❖ Λοιπά έξοδα

Όσον αφορά τα λοιπά έξοδα αναφερόμαστε στο κόστος νερού, παροχής ηλεκτρικής ενέργειας και τηλεφωνικά έξοδα , τα οποία επιβαρύνουν όλους τους χώρους της επιχείρησης (παραγωγή, εργαστήρια, αποθήκες, διοίκηση).



Λοιπά Έξοδα	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
<b>Κόστος Νερού</b>					
Χώρος Διοίκησης	390	390	390	390	390
Χώρος παραγωγής	1.680	1.680	1.920	1.920	1.920
Λοιποί Χώροι	300	300	300	300	300
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>2.370</b>	<b>2.370</b>	<b>2.610</b>	<b>2.610</b>	<b>2.610</b>
<b>Κόστος Ηλεκτρισμού</b>					
Χώρος Διοίκησης	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Χώρος Παραγωγής	5.100	5.100	5.520	5.520	5.520
Λοιποί Χώροι	720	720	720	720	720
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7.620</b>	<b>7.620</b>	<b>8.040</b>	<b>8.040</b>	<b>8.040</b>
<b>Τηλεφωνικά Έξοδα</b>	680	680	720	720	720
<b>Κόστος Καθαριστικών</b>	450	450	450	450	450
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11.120</b>	<b>11.120</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>

Πίνακας 6.5.4 Λοιπά έξοδα

### Έξοδα ποιοτικού ελέγχου

Τα έξοδα που συμπεριλαμβάνουμε στην ενότητα αυτή είναι τα έξοδα συντήρησης του εργαστηρίου, το κόστος αναλωσίμων ποιοτικού ελέγχου, το κόστος προγραμμάτων επιμορφωτικών σεμιναρίων και εκπαιδευτικών ταξιδιών, τα ασφάλιστρα και οι ετήσιες αποσβέσεις εξοπλισμού.

Έξοδα Ποιοτικού Ελέγχου	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
<b>Έξοδα Συντήρησης</b>	0	0	0	0	0
<b>Αναλώσιμα</b>	500	500	500	500	500
<b>Επιμορφωτικά Σεμινάρια</b>	1.200	0	1200	0	1200
<b>Ασφάλιστρα</b>	683	683	683	683	683
<b>Αποσβέσεις</b>	1.500	1500	1500	1500	1500
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3.883</b>	<b>2.683</b>	<b>3.883</b>	<b>2.683</b>	<b>3.883</b>

Πίνακας 6.5.5 Έξοδα ποιοτικού ελέγχου

## Έξοδα Marketing

Έξοδα Marketing	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Αμοιβές Εργαζομένων	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
Έξοδα Προβολής	2.560	2.560	2.560	2.560	2.560
Έξοδα Διανομής	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>61.960</b>	<b>61.960</b>	<b>61.960</b>	<b>61.960</b>	<b>61.960</b>

Πίνακας 6.5.6 Έξοδα marketing

## Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα

Γ.Β.Ε.	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Αμοιβή Οδηγών	11.200	11.200	11.200	11.200	11.200
Κόστος Στολών Εργασίας	300	300	300	300	300
Ασφάλιστρα	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Κόστος Μεταφορικών Μέσων	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600
Αποσβέσεις Παραγωγής	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>51.300</b>	<b>51.300</b>	<b>51.300</b>	<b>51.300</b>	<b>51.300</b>

Πίνακας 6.5.7 Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα

## ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Σύνολο Γενικών Εξόδων	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος	3 <sup>ο</sup> έτος	4 <sup>ο</sup> έτος	5 <sup>ο</sup> έτος
Σύνολο χρημ/κών εξόδων	224.405	224.405	225.105	225.105	225.105
Σύνολο εξόδων ποιοτικού ελέγχου	3.883	2.683	3.883	2.683	3.883
Σύνολο εξόδων Marketing	61.960	61.960	61.960	61.960	61.960
Σύνολο Γ.Β.Ε.	51.300	51.300	51.300	51.300	51.300
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>341.548</b>	<b>340.348</b>	<b>342.248</b>	<b>341.048</b>	<b>342.248</b>

Πίνακας 6.5.8 Συνολικά Γενικά Έξοδα

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Ο ρόλος του τμήματος του ανθρώπινου δυναμικού στην εν λόγω μονάδα παραγωγής οίνου είναι να αναπτύσσει πολιτικές, να εφαρμόζει συστήματα Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων καθώς και να εκτελεί συγκεκριμένες λειτουργίες που αποσκοπούν στην ενδυνάμωση της εργατικότητας άρα και αύξηση της αποτελεσματικότητας. Οι βασικές αρμοδιότητες που εστιάζει η υπό ίδρυση επιχείρησή μας, παραγωγής οίνου, παρατίθενται ως κάτωθι:

- Οργάνωση - Προγραμματισμός του ανθρώπινου δυναμικού
- Στρατολόγηση προσωπικού
- Εκπαίδευση και Ανάπτυξη προσωπικού
- Επίβλεψη και Αξιολόγηση της απόδοσης του προσωπικού
- Δημιουργία συστήματος αμοιβών και κινήτρων των εργαζομένων
- Υγεία και ασφάλεια εργαζομένων

#### 7.1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Κατά την ίδρυση της εν λόγω επιχείρησης, απαραίτητη προϋπόθεση για την στελέχωση του ανθρώπινου δυναμικού και κατ' επέκταση του οργανογράμματος στην εταιρεία είναι η εξασφάλιση ενός ικανού και αποτελεσματικού προσωπικού καλύπτοντας τις ανάγκες της σε όλα τα επίπεδα. Έτσι, για την λειτουργική φάση της επιχείρησης, πραγματοποιήθηκε ένας συντονισμός των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους καταλήγοντας στην κάτωθι δομή:

##### *Γενική Διεύθυνση*

Το τμήμα της Γενικής διεύθυνσης, όπως έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενα κεφάλαια, θα αναλάβουν οι κύριοι Αθανάσιος Βουγιουκλής και Κωνσταντίνος Γαλανός οι οποίοι είναι και οι κύριοι χρηματοδότες του επενδυτικού σχεδίου. Κύριες αρμοδιότητές τους θα είναι η επίβλεψη του συνόλου της επιχείρησης, για την ανάπτυξη της μονάδας και του προσωπικού, με κύριο μέλημα την διασφάλιση ποιότητας.

### ***Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών***

Το τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών θα στελεχώσει η κ. Βουγιουκλή Μαρία (οικονομολόγος, με μεταπτυχιακές σπουδές στη διοίκηση επιχειρήσεων) η οποία θα είναι υπεύθυνη για την ορθή λειτουργία των οικονομικών θεμάτων της επιχείρησης όπως ο έλεγχος των λογιστικών και χρηματοοικονομικών διαδικασιών της υπό ίδρυσης μονάδας.

### ***Τμήμα Marketing***

Το τμήμα του Marketing αποτελείται από ένα άτομο την κ. Βρεττού Ελισσάβη, η οποία θα είναι υπεύθυνη για την προώθηση και προβολή των προϊόντων αλλά και ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων σε συνεργασία πάντα με το εξωτερικό γραφείο marketing το οποίο θα αναλάβει τη διαφημιστική καμπάνια κυρίως μέσω διαδικτύου. Παράλληλα θα έχει υπό την ευθύνη της το τμήμα πωλήσεων σε Ελλάδα και εξωτερικό.

### ***Τμήμα Παραγωγής***

Το τμήμα παραγωγής, αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα της επιχείρησής μας και αποτελείται από έξι εργαζομένους (διευθυντή τμήματος και τέσσερις ανειδίκευτους εργάτες) πλήρης απασχόλησης και επιπλέον τρεις ανειδίκευτους εργάτες με εξάμηνη σύμβαση. Ο υπεύθυνος παραγωγής αναλαμβάνει τον σχεδιασμό της γραμμής παραγωγής για την ορθή και ομαλή διαδικασία παραγωγής του προϊόντος αλλά και τον συντονισμό της αποθήκης με τον έλεγχο των αποθεμάτων και των προμηθειών.

Σημειώνεται ότι κατά την προλειτουργική φάση της μονάδας αναγκαία προϋπόθεση είναι να συνταχθεί πρωτίστως το διοικητικό προσωπικό προκειμένου να γίνει η απαραίτητη ενημέρωση και εκπαίδευση τους ώστε να βρίσκονται σε ετοιμότητα με το ξεκίνημα της παραγωγικής διαδικασίας σχετικά με τα μηχανήματα που θα κληθούν να λειτουργήσουν αλλά και με τον ρόλο τους στην παραγωγική διαδικασία. Στη συνέχεια θα πρέπει να γίνει η πρόσληψη του υπολοίπων υπαλλήλων, που κατέχουν ρόλους ευθύνης στα διάφορα τμήματα προκειμένου και γίνει και σε αυτούς η κατάλληλη εκπαίδευση.

## 7.2 ΣΤΡΑΤΟΛΟΓΗΣΗ – ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ – ΠΡΟΣΛΗΨΗ

Η επιλογή υποψηφίων που θα προσληφθούν στην μονάδα του τυποποιητηρίου θα γίνει μέσα από μια διαδικασία συγκέντρωσης πληροφοριών κι αξιολόγησης για την επιλογή των πλέον κατάλληλων για τις συγκεκριμένες θέσεις εργασίας. Η καταλληλότητα των υποψηφίων κρίνεται με βάση τα οριζόμενα προσόντα στην προδιαγραφή της θέσης εργασίας. Την ευθύνη για την επιλογή των υποψηφίων έχει τόσο η Γενική Διεύθυνση, όσο και τα διευθυντικά στελέχη κάθε αρμόδιου τμήματος, που θα γίνεται η πρόσληψη. Το ποσοστό ευθύνης τους θα εξαρτάται από τις απαιτήσεις της θέσης που πρόκειται να καλυφθεί. Η διαδικασία της επιλογής και πρόσληψης προσωπικού για την μονάδα μας θα θεωρηθεί υψίστης σημασίας, διότι μια εσφαλμένη μέθοδο επιλογής θα έχει μεγάλες επιπτώσεις στην λειτουργία της επιχείρησης.

Η μονάδα μας θα έχει έδρα στο νησί της Λέσβου και η επιλογή των υποψηφίων θα γίνει από τα τοπικά γραφεία διασύνδεσης ευρέσεως προσωπικού στην περιοχή. Η επιλογή πρόσληψης προσωπικού θα γίνεται μέσα από μια σειρά συγκεκριμένων διαδικασιών. Σε πρώτη φάση, τέσσερις μήνες πριν την ίδρυση της επιχείρησης θα δοθεί η ενημέρωση στο τοπικό γραφείο διασύνδεσης με σκοπό την αναγγελία προκήρυξης από αυτό.

Έτσι, θα ακολουθήσει η παρακάτω διαδικασία:

- ✓ Συγκέντρωση των εν δυνάμει εργαζομένων που πληρούν τα απαραίτητα προσόντα
- ✓ Προγραμματισμός διεξαγωγής συνεντεύξεων των υποψηφίων από τους αρμόδιους
- ✓ Σε θέσεις που κρίνεται απαραίτητο η κατοχή πτυχίου Α.Ε.Ι – Τ.Ε.Ι, θα πραγματοποιείται κάποιο αντίστοιχο test πιστοποίησης των γνώσεων
- ✓ Τέλος, θα γίνεται η τελική επιλογή του υποψηφίου

## 7.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Η εκπαίδευση του προσωπικού σύμφωνα με την κουλτούρα της επιχείρησής μας αναφέρεται σε μια διαδικασία μάθησης, στόχος της οποίας είναι ο εργαζόμενος να αποκτήσει γνώσεις και δεξιότητες καθώς και να αναπτύξει συμπεριφορές που θα τον κάνουν πιο αποτελεσματικό στην δουλειά του. Η εκπαίδευση γίνεται με γνώμονα τις απαιτήσεις της δουλειάς καθώς και το τι χρειάζεται να ξέρει ο εργαζόμενος τώρα ή στο άμεσο μέλλον. Όσον αφορά την εκπαίδευση των μελών που απαρτίζουν την μονάδα κατά την ίδρυση της προγραμματίζεται η εξής διαδικασία: ο υπεύθυνος παραγωγής θα προσληφθεί τρεις μήνες πριν την έναρξη της μονάδας τυποποίησης,

δεδομένου ότι είναι αναγκαία η εκπαίδευση του πάνω στον μηχανολογικό εξοπλισμό, όπου θα κληθεί να λειτουργήσει αλλά και να εξηγήσει στους εργάτες. Η εκπαίδευση αυτή θα λάβει χώρα κατά την διαδικασία εγκατάστασης του εξοπλισμού στο εργοστάσιο και θα διεξαχθεί από ειδικευόμενα άτομα που θα στέλνουν οι εκάστοτε εταιρείες παροχής μηχανολογικού εξοπλισμού. Όσον αφορά τους υπόλοιπους εργαζομένους της επιχείρησης η πρόσληψη τους θα πραγματοποιηθεί ένα μήνα πριν την έναρξή της προκειμένου να τους δοθεί η κατάλληλη εκπαίδευση σχετικά με τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες τους. Την εκπαίδευση αυτή θα αναλάβει ξεχωριστά ο κάθε τμηματάρχης – διευθυντής, δίνοντας στο προσωπικό τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία του κάθε τμήματος.

Οι εργαζόμενοι που θα προσληφθούν στην προλειτουργική φάση της επιχείρησης, κατά την διαδικασία εκπαίδευσης τους, οφείλουν να παρευρίσκονται στην μονάδα πέντε μέρες την εβδομάδα και να εκπαιδεύονται 4h την ημέρα. Συνολικά θα τους γίνεται εκπαίδευση 20h την εβδομάδα, αμειβόμενοι κατά το ήμισυ του συμφωνηθέντος μισθού τους. Το κόστος της εκπαίδευσης του προσωπικού στην προλειτουργική φάση της μονάδας θα επιδοτηθεί με πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όσον αφορά τους μετόχους της εταιρείας οι αμοιβές τους θα αρχίσουν από την έναρξη της επιχείρησης και όχι κατά την περίοδο εκπαίδευσης του προσωπικού.

Κατά τη λειτουργία της επιχείρησης προβλέπονται συνεχείς εκπαιδεύσεις όταν και εφόσον κρίνονται αναγκαίες στους υπάλληλους από τα αρμόδια στελέχη καθώς και παρακολούθηση ειδικών σεμιναρίων για τα διευθυντικά στελέχη προκειμένου να λαμβάνουν γνώση για την ανάπτυξη της τεχνολογίας στην αγορά και την άμεση ένταξη των γνώσεων αυτών στην μονάδα.

#### **7.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Οι εργαζόμενοι της εταιρείας σύμφωνα θα πληρώνονται κάθε πρώτη εργάσιμη του μήνα και η μισθοδοσία θα καταβάλλεται μέσω λογαριασμού τραπεζής που εκδίδεται για κάθε εργαζόμενο με την πρόσληψη του στην εταιρεία. Το κόστος της εργασίας θα υπολογίζεται συμπεριλαμβανομένου των εξόδων των ταμείων κοινωνικής ασφάλισης καθώς και των επιδομάτων που δικαιούνται ο κάθε εργαζόμενος. Δεδομένου ότι στο κόστος υπολογίζονται και οι άδειες των εργαζομένων θα εμφανίζονται δύο επιπλέον μισθοί ετησίως για κάθε εργαζόμενο.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το συνολικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού. Οι εποχιακοί εργάτες υπολογίστηκαν με 6μηνη σύμβαση, ενώ οι ετήσιες μισθολογικές δαπάνες υπολογίστηκαν πολλαπλασιασμένες με συντελεστή 1,3 για τις εισφορές στα ταμεία.

Θέση Εργασίας	Μηνιαίες Καθαρές Αποδοχές	Εισφορές	Ετήσιο Σύνολο
Γενικοί Διευθυντές	6.000	1.800	109.200
Διευθυντής Οικονομικών	1.500	450	27.300
Διευθυντής Παραγωγής	1.200	360	21.840
Διευθυντής Μάρκετινγκ	1.050	315	19.110
Ανιδείκτουτοι Εργάτες	4000	1.200	72.800
Εποχιακοί Εργάτες	2.100	630	16.380
Καθαρίστρια	550	165	10.010
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>16.400</b>	<b>4.920</b>	<b>276.640</b>

*Πίνακας 7.4.1 Συνολικό Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού*

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

#### 8.1 Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ο πρωταρχικός στόχος της εταιρείας, όπως έχουμε προαναφέρει είναι η παραγωγή ελαιολάδου υψηλής ποιότητας σε συνδυασμό με την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Για να επιτύχουμε αυτό τον στόχο θα πρέπει να εξασφαλίσουμε την άριστη ποιότητα της πρώτης ύλης. Το οικόπεδο που θα επιλεγεί θα πρέπει να είναι κοντά σε αστικό κέντρο για να έχουν άμεση πρόσβαση οι υπάλληλοι και οι προμηθευτές αλλά και οι καταναλωτές. Για αυτό τον λόγο θα εγκατασταθεί κοντά στο αστικό κέντρο της πόλης της Μυτιλήνης στην περιοχή της Μόριας. Η περιοχή αυτή επιλέχθηκε λόγω των πολλών στρεμμάτων ελαιοκαλλιέργειας που υπάρχουν, του εύφορου εδάφους καθώς και επειδή βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση από το συνεργαζόμενο ελαιοτριβείο αλλά και από την πρωτεύουσα του νησιού τη Μυτιλήνη. Τέλος η περιοχή αυτή

επιλέχτηκε και λόγω των στρεμμάτων γης που έχουν ήδη στο όνομά τους οι ιδρυτές της εταιρείας και τα οποία ανέρχονται σε 100 στρέμματα έκαστος.

Μετά από έρευνα αγοράς και λαμβάνοντας υπόψιν τις συνήθειες πρακτικές της περιοχής, αποφασίστηκε το οικοπέδο να βρίσκεται επί της επαρχιακής οδού Μυτιλήνης - Καλλονής μεταξύ 8<sup>ου</sup> και 9<sup>ου</sup> χιλιομέτρου. Η περιοχή αυτή συνδέεται με την πόλη της Μυτιλήνης αλλά και της Μόριας με αστικές συγκοινωνίες.



Στη συγκεκριμένη περιοχή ανακαλύψαμε την πώληση ενός οικοπέδου 220 m<sup>2</sup> στη τιμή των 120.000€.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Οικόπεδο	80.000
Συμβολαιογραφικά Έξοδα	2.500
Γεωτεχνική Μελέτη	4.860
Περιβαλλοντική Μελέτη	1.760
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>129.120</b>

*Πίνακας 8.1 Συνολικό Απόκτησης Γης και Λοιπά Έξοδα*



## **8.2 ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ / ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

Έπειτα από σχετική έρευνα και λαμβάνοντας υπόψη όλα τα προγράμματα χρηματοδοτήσεων που είναι σε ισχύ, τη φύση της εταιρίας και του προϊόντος που πρόκειται παράγεται και το μέγεθος της επένδυσης, επιλέχθηκε ως καταλληλότερη λύση η χρηματοδότηση της επένδυσης μέσω του Νέου Επενδυτικού Νόμου.

Όλες οι επενδύσεις επιχορηγούνται με ποσοστά που διαφέρουν ανά γεωγραφική περιοχή και μπορούν να φτάσουν μέχρι και το 50% σε κάποιες περιφέρειες.

Θα πρέπει να τονιστεί όμως ότι ένας από τους βασικούς στόχους του εκάστοτε επενδυτικού νόμου συνεπώς και του 3908/11 ήταν και είναι η δημιουργία επενδύσεων που ενισχύουν την παραγωγική ικανότητα της χώρας μέσα από τη δημιουργία επενδυτικών προτάσεων που τονίζουν το πνεύμα του συνεταιρισμού, αφού σχεδόν για το σύνολο των επενδυτικών προτάσεων πάνω από ένα όριο ήταν και είναι απαραίτητη η δημιουργία εταιρείας. Αυτή η προϋπόθεση, όπως είναι γνωστό στις περισσότερες εκ των περιπτώσεων, απαιτεί την ύπαρξη τουλάχιστον δύο εταίρων.

Επίσης ο επενδυτικός αυτός νόμος απαιτεί από τον ιδιώτη επενδυτή συμμετοχή στην επένδυση ποσοστού ίσο μόλις με 25%, εφόσον στο χρηματοδοτικό σχήμα της επένδυσης θα έχει προβλεφτεί και η λήψη μεσομακροπρόθεσμου δανείου για το οποίο ο επενδυτής δεν είναι υποχρεωμένος να προσκομίσει εγκριτική απόφαση δανείου από τράπεζα στη φάση της υποβολής του φακέλου.

Στόχοι του Νόμου αυτού είναι: η προώθηση της ισόρροπης ανάπτυξης με σεβασμό στους περιβαλλοντικούς πόρους και την υποστήριξη λιγότερο ευνοημένων περιοχών της χώρας, η αύξηση της απασχόλησης, η βελτίωση της συνεργασίας και η αύξηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων, η τεχνολογική αναβάθμιση, η διαμόρφωση μιας νέας εξωστρεφούς εθνικής ταυτότητας (branding), η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας σε τομείς υψηλής προστιθέμενης αξίας και έντασης γνώσης, η μετακίνηση στην αλυσίδα παραγωγής της αξίας για την παραγωγή πιο σύνθετων προϊόντων, η εξοικονόμηση των φυσικών πόρων στην προοπτική μιας κυκλικής οικονομίας, η προσφορά καλύτερων υπηρεσιών και η προσέλκυση ξένων άμεσων επενδύσεων.

Έπειτα από έρευνα ο επενδυτικός νόμος πριμοδοτεί την τυποποίηση ελαιολάδου και πιο συγκεκριμένα:

- Την κατασκευή, την επέκταση, τον εκσυγχρονισμό κτιριακών, ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων, καθώς και τις δαπάνες διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου, στο πλαίσιο αυτόνομων και λειτουργικών επενδυτικών σχεδίων με ολοκληρωμένο χαρακτήρα. Επίσης την κατασκευή κτιρίων ή εγκαταστάσεων προοριζομένων για τη στέγαση, την αναψυχή ή τη συνεστίαση των εργαζομένων της επιχείρησης, καθώς και αιθουσών κατάρτισης προσωπικού, εφόσον αυτά γίνονται στην περιοχή που είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση.
- Την αγορά καινούργιων μεταφορικών μέσων διακίνησης υλικών και προϊόντων.
- Την αγορά καινούργιων οχημάτων ψυγείων μόνο για τα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου Πελάγους.
- Την αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού.
- Τα μισθώματα χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, του οποίου αποκτάται η χρήση, εφόσον η χρηματοδοτική μίσθωση περιλαμβάνει την υποχρέωση αγοράς αυτών κατά τη λήξη της μίσθωσης.
- Την αγορά παγίων στοιχείων ενεργητικού που συνδέονται άμεσα με μία παραγωγική μονάδα.
- Τον εξοπλισμό εργαστηρίων στον βαθμό που εξυπηρετεί τη λειτουργία παραγωγικής μονάδας, γεωργικών προϊόντων σύμφωνα με τα οριζόμενα ανωτέρω και τις εξαιρέσεις αυτών.
- Εγκαταστάσεις επεξεργασίας αποβλήτων όχι ως μεμονωμένη δράση, αλλά ως τμήμα της συνολικής παραγωγικής επένδυσης.
- Τις δαπάνες που συνδέονται με την προώθηση της χρήσης ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές για την κάλυψη των αναγκών της μονάδας.

Με ομόφωνη απόφαση των μετόχων αποφασίστηκε να επιλεγθεί από τις εναλλακτικές λύσεις ο επενδυτικός νόμος. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός πρόκειται να αγοραστεί, γιατί ύστερα από ανάλυση που έχει ήδη γίνει από τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού η επιλογή της αγοράς είναι περισσότερο συμφέρουσα από την απόκτηση με leasing. Τέλος, στην Ελλάδα, οι φορολογικοί συντελεστές για τις Ανώνυμες Εταιρίες τείνουν να μειώνονται με σκοπό την προσέλκυση νέων επενδυτών και τη δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος, συνεπώς περισσότερο συμφέρουσα από τις προτεινόμενες εναλλακτικές λύσεις που προτείνει ο Αναπτυξιακός Νόμος είναι η επιχορήγηση. Τα ποσά της επιχορήγησης θα αναλυθούν στο κεφάλαιο 10.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

# ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

### 9.1 Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτελέσεως του Έργου

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο της εργασίας μας και της φάσης της μελέτης σκοπιμότητας την οποία διεξάγουμε, θα αποσαφηνίσουμε αρχικά τους όρους «προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου» καθώς επίσης και «εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου» αλλά και όλες τις προαπαιτούμενες διαδικασίες για την έναρξη της επιχείρησής μας.

Με τον όρο «προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου» εννοούμε τη χρονική περίοδο η οποία ορίζεται από τη στιγμή που επιλέγουμε την πραγματοποίηση μίας συγκεκριμένης επένδυσης μέχρι τη χρονική στιγμή όπου η υπό εξέταση μονάδα είναι σε θέση να ξεκινήσει την παραγωγική της διαδικασία.

Με τον όρο «εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου» εννοούμε όλες εκείνες τις δραστηριότητες ,εντός και εντός της παραγωγικής μονάδας, οι οποίες απαιτούνται ώστε να μεταβούμε από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας, αποτυπώνοντας αυτές σε αναλυτικό και ακριβές χρονοδιάγραμμα. Ειδικότερα, η φάση της εκτέλεσης του έργου αποτελείται από ορισμένα στάδια όπως διαπραγματεύσεις, υπογραφή συμβολαίων, εκπόνηση σχεδίων προγραμματισμού, στάδιο κατασκευής υποδομών , τα οποία πρέπει να τα προσδιορίσουμε με μαθηματική ακρίβεια χρονικά , λόγω του γεγονότος ότι τυχόν αποκλίσεις από τα προγραμματισθέντα γεγονότα εκτέλεσης έργων και διαδικασιών έχουν ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση της έναρξης λειτουργίας αλλά και την οικονομική επιβάρυνση των μετόχων της εν δυνάμει επιχείρησης. Στα πλαίσια αυτά, κρίνεται αναγκαίο ένα σχέδιο δράσης για την υπό εξέταση νεοσυσταθείσα επιχείρηση οινοποιείου, ώστε να ελαχιστοποιήσουμε τυχόν κακώς κείμενα και να χρονοπρογραμματίσουμε όλες τις διαδικασίες.

Συνοψίζοντας, ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός ενός επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει τις κάτωθι ενέργειες :

- Εκτιμάται το κόστος εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου
- Καθορισμός του τύπου των εργασιών, εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, που είναι αναγκαίες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου
- Καθορισμός της λογικής αλληλουχίας των γεγονότων στις εργασίες του συνολικού έργου
- Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτελέσεως του έργου που να δείχνει σωστά, χρονικά, τις διάφορες εργασίες και να αφήνει τον κατάλληλο χρόνο για τη συμπλήρωση κάθε συγκεκριμένης εργασίας
- Εξεύρεση κατάλληλων στελεχών, υπαλλήλων και εργατών για τη φάση της πλήρους λειτουργίας της μονάδας
- Εξασφάλιση της χρηματοδότησεως
- Σύσταση της ομάδας εκτελέσεως του έργου
- Λήψη αδειών

## 9.2 Στάδια Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Η εν δυνάμει λειτουργούσα επιχείρηση προγραμματίζει να ξεκινήσει τις δραστηριότητες της τον Ιανουάριο του 2019. Παρακάτω παρατίθενται ομαδοποιημένες όλες οι δραστηριότητες για να καταστεί δυνατή η έναρξη της επιχείρησής μας τον Ιανουάριο του 2020.

### 1) Σύσταση ομάδας εκτέλεσης έργου (Διάρκεια 1 μήνας)

Προκειμένου να επιβεβαιώσουμε ότι όλες οι διαδικασίες για τη σύσταση της νέας μονάδας θα λάβουν χώρα σύμφωνα με το προκαθορισμένο πρόγραμμα κρίνεται απαραίτητη η σύσταση μίας εποπτικής ομάδας. Η ομάδα αυτή θα αναλάβει την τήρηση των χρόνων περάτωσης των διαδικασιών καθώς θα είναι υπεύθυνη για τη λήψη μη προγραμματισμένων διαρθρωτικών μέτρων όπου καθίσταται επείγον. Στην ομάδα αυτή θα ηγούνται οι Διευθύνων Σύμβουλοι της εταιρίας μας, κ. Βουγιουκλής Αθανάσιος και ο κ. Γαλανός Κωνσταντίνος, οι οποίοι θα είναι υπεύθυνοι για την ομαλή ροή των λειτουργιών, ενώ θα ελέγχουν και την κατασκευαστική εταιρία η οποία θα αναλάβει την ανέγερση των σχετικών κτιρίων, τα υλικά κατασκευής και το κομμάτι του ανθρώπινου δυναμικού για τις προαναφερθείσες κατασκευαστικές λειτουργίες.

## 2) Σύσταση εταιρείας – νομικές και μη απαιτήσεις (Διάρκεια 3 μήνες)

### Απαιτήσεις υγιεινής για τους χώρους του τυποποιητηρίου:

- Οι χώροι του τυποποιητηρίου πρέπει να διατηρούνται καθαροί και σε καλή κατάσταση.
- Η διαρρύθμιση, η κατασκευή και οι διαστάσεις του πρέπει:
  - α) να επιτρέπουν επαρκή συντήρηση και καθαρισμό
  - γ) να παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες χειρισμού και αποθήκευσης υπό ελεγχόμενη θερμοκρασία και με επαρκή χωρητικότητα για τη διατήρηση των ελαιοπαραγωγικών προϊόντων στην κατάλληλη θερμοκρασία και υγρασία με δυνατότητα καταγραφής της θερμοκρασίας στα σημεία που απαιτείται.

- Τα δάπεδα πρέπει να επιτρέπουν τον καλό καθαρισμό τους και την επαρκή αποστράγγιση της επιφάνειας αυτών.
- Τα παράθυρα τα οποία μπορούν να ανοίγουν προς την ύπαιθρο πρέπει να είναι εφοδιασμένα με δικτυωτά πλέγματα προστασίας από τα έντομα. Όταν το άνοιγμα των παραθύρων μπορεί να προκαλέσει την οποιαδήποτε μόλυνση, τα παράθυρα πρέπει να παραμένουν κλειστά και σφραγισμένα κατά τη διάρκεια της παραγωγής.
- Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες εγκαταστάσεις για τον καθαρισμό, την απολύμανση και την αποθήκευση των σκευών και του εξοπλισμού εργασίας. Οι εγκαταστάσεις αυτές πρέπει να είναι κατασκευασμένες από υλικό ανθεκτικό στη διάβρωση, να μπορούν να καθαρίζονται εύκολα και να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού και κρύου νερού. .
- Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός νιπτήρων, εγκατεστημένων στα κατάλληλα σημεία και προοριζομένων ειδικά για το πλύσιμο των χεριών. Οι νιπτήρες πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ζεστό και κρύο τρεχούμενο νερό και με υλικά για τον καθαρισμό των χεριών και το υγιεινό τους στέγνωμα.
- Οι εγκαταστάσεις πρέπει να διαθέτουν κατάλληλο φυσικό ή μηχανικό εξαερισμό.
- Οι χώροι του οινοποιείου πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή/και τεχνητό φωτισμό.
- Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα αποδυτήρια του προσωπικού.

### Απαιτήσεις εξοπλισμού:

Τα οινοποιεία πρέπει να διαθέτουν τουλάχιστον τα εξής:

- Δεξαμενές σταθεροποίησης και ενδεχομένως αποθήκευσης. Τα τυχόν επιχρίσματα των δεξαμενών θα πρέπει να είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 10 του Ν. 396/1976.

- Αντλία και διηθητήρες (φίλτρα)
- Δοχεία - περιέκτες. Τα τυχόν επιχρίσματα των δοχείων θα πρέπει να είναι σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 10 του Ν. 396/1976.

Κάθε αντικείμενο, συσκευή ή εξοπλισμός, με το οποίο έρχονται σε επαφή τα σταφύλια, τα γλεύκη και οι οίνοι πρέπει:

- Να καθαρίζεται αποτελεσματικά και όταν είναι εντελώς αναγκαίο να απολυμαίνεται. Ο καθαρισμός και η απολύμανση πρέπει να πραγματοποιούνται συχνά ώστε να αποφεύγεται κάθε κίνδυνος μόλυνσης.
- Να είναι κατασκευασμένο με κατάλληλο τρόπο, από κατάλληλα υλικά και να διατηρείται σε καλή κατάσταση ώστε να ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος μόλυνσης.
- Τα μηχανήματα και ιδίως οι δεξαμενές συνίσταται να είναι κατασκευασμένα από ανοξείδωτο χάλυβα.

#### **Απαιτήσεις για την παροχή νερού:**

- Πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή νερού για ανθρώπινη κατανάλωση για το πλύσιμο των δεξαμενών, των οινοδοχείων, των φιαλών, των μηχανημάτων κλπ.
- Στις περιπτώσεις που χρησιμοποιείται μη πόσιμο νερό (πχ για πυροσβεστική χρήση) πρέπει να κυκλοφορεί σε χωριστό δίκτυο που να φέρει τη σχετική ένδειξη. Το μη πόσιμο νερό δεν πρέπει να συνδέεται με τα δίκτυα πόσιμου νερού ούτε να υπάρχει η δυνατότητα αναρροής στα δίκτυα πόσιμου νερού.

#### **Απαιτήσεις ατομικής υγιεινής (ενδεικτικά):**

- Θα πρέπει να απαιτείται υψηλός βαθμός ατομικής καθαριότητας από κάθε πρόσωπο που εργάζεται σε χώρους του οινοποιείου.
- Θα πρέπει να απαγορεύεται η είσοδος σε χώρους του τυποποιητηρίου οποιουδήποτε προσώπου πάσχει από νόσημα ή είναι φορέας νοσήματος που μεταδίδεται δια των τροφών, ή προσώπου που φέρει μολυσμένα τραύματα ή πάσχει από δερματική μόλυνση, έλκη ή διάρροια, εάν υφίσταται κίνδυνος άμεσης ή έμμεσης μόλυνσης.

### **Απαιτήσεις για τα απορρίμματα και τα υποπροϊόντα:**

- Τα απορρίμματα πρέπει να συλλέγονται σε ειδικούς περιέκτες και να απομακρύνονται το ταχύτερο από χώρους όπου υπάρχουν αμπελοοινικά προϊόντα ώστε να αποφεύγεται η συσσώρευσή τους.

### **3) Μηχανολογική άδεια - έργα πολιτικού μηχανικού- νομικοί σύμβουλοι (1 μήνας)**

Οφείλουμε να δώσουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στην αγορά του μηχανολογικού εξοπλισμού που θα έχει υπό την κατοχή της η επιχείρησή μας, στη λήψη αδειών για την εν λόγω αγορά καθώς και για την άδεια σχεδιασμού των έργων από τον πολιτικό μηχανικό της κατασκευαστικής εταιρίας. Στόχος των ενεργειών αυτών είναι τα πάρουμε στα χέρια μας τα τελικά συμβόλαια, με την αμέριστη βοήθεια των νομικών συμβούλων της εταιρίας μας (δικηγόρος και συμβολαιογράφος).

### **4) Χρηματοδοτήσεις (7 μήνες)**

Ύστερα από τη λήψη της απόφασης για την ίδρυση της συγκεκριμένης μονάδας και τον καταμερισμό του κόστους της επένδυσης, θα μελετήσουμε την επιχορήγηση του συγκεκριμένου έργου και θα προσπαθήσουμε να το συμπεριλάβουμε στον ακόλουθο νόμο **ΝΟΜΟΣ 3325/2005 - ΦΕΚ 68/Α/ 11.3.2005**. (άδεια επιχορήγησης ίδρυσης και λειτουργίας βιομηχανικών και βιοτεχνικών εγκαταστάσεων, 25% κρατική επιχορήγηση και 75% ίδια κεφάλαια). ([http://www.dsanet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n3325\\_05.htm](http://www.dsanet.gr/Epikairothta/Nomothesia/n3325_05.htm))

### **5) Απόκτηση Γης (1 μήνας)**

Στο στάδιο αυτό, θα συμπεριλάβουμε όλες εκείνες τις απαραίτητες ενέργειες που πρέπει να υλοποιηθούν για την απόκτηση του οικοπέδου που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση. Οι ενέργειες αυτές πρέπει να είναι επικεντρωμένες στην εύρεση του βέλτιστου οικοπέδου, τόσο από άποψη ιδανικής τοποθεσίας, όσο και από την καταλληλότητα του εδάφους (έλεγχος ποιότητας εδάφους και νερού). Τέλος, οφείλουμε να αναφερθούμε και στις απαιτούμενες συμβολαιογραφικές πράξεις για την κατοχύρωση του οικοπέδου και στις απαραίτητες νομικές διεργασίες.

## **6) Κατασκευή και εγκατάσταση (7 μήνες)**

Το στάδιο αυτό είναι ύψιστης σημασίας, αφού οποιαδήποτε καθυστέρηση λάβει χώρα κατά την κατασκευή και την εγκατάσταση της εν λόγω μονάδας μας, θα έχει τεράστιες οικονομικές επιπτώσεις στην εξέλιξη του έργου και θα αναχαιτίσει την εν δυνάμει πραγματοποίησή του. Εδώ περιλαμβάνονται οι εργασίες για τα κτίρια, οι ακριβείς εργασίες για την πραγματοποίηση των κατασκευαστικών έργων, οι εργασίες για την εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού, τα οποία βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με το ισχύον πρόγραμμα τεχνολογίας και παραγωγής μας αλλά και με την υποδομή του τυποποιητηρίου μας.

## **7) Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού (2 μήνες)**

Κατά τη φάση αυτή θα λάβουν χώρα όλες εκείνες οι ενέργειες για την προσέλκυση, επιλογή και στρατολόγηση του ανθρώπινου δυναμικού την μονάδας μας, σύμφωνα με τα ισχύοντα κριτήριά μας. Η φάση αυτή θα συμπίπτει με τους τελευταίους δύο μήνες της κατασκευαστικής περιόδου. Την ίδια ακριβώς περίοδο θα πραγματοποιηθεί και η εκμάθηση των συστημάτων τεχνολογίας, τεχνολογίας και εξοπλισμού προς το υπαλληλικό προσωπικό από τις εταιρείες – προμηθευτές μας. Όπως θα καταδειχθεί αναλυτικά και στον πίνακα κόστους προσωπικού στο τέλος του παρόντος κεφαλαίου, το ανθρώπινο δυναμικό που θα είναι αναγκαίο κατά την προπαρασκευαστική περίοδο, θα αμειφθεί στο ήμισυ του συμφωνηθέντος ποσού που έχουμε ορίσει στο κεφάλαιο 7 (ουσιαστικά θα εργάζονται πέντε ημέρες την εβδομάδα, τέσσερις ώρες κάθε μέρα – ημιαπασχόληση).

## **8) Ενέργειες Marketing προ παραγωγής (2 μήνες)**

Καθίσταται κατανοητό το γεγονός ότι η προετοιμασία των πωλήσεων του υπό ίδρυση οινοποιείου, απαιτεί την ακριβή σχεδίαση, προώθηση και διανομή του τελικού προϊόντος μας βάσει προμελετημένου σχεδίου marketing, πριν την έναρξη της επιχείρησής μας. Στα εν λόγω έξοδα τη συγκεκριμένη περίοδο συμπεριλαμβάνονται τα ταξίδια και οι κάθε είδους μεταφορές που απαιτούνται για τη διασφάλιση των απαιτούμενων πληροφοριών και ενεργειών καθώς επίσης και η δημιουργία στενών σχέσεων συνεργασίας με τα δίκτυα διανομής και προμήθειας της επιχείρησής μας.



### 9) Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (1 μήνας)

Στο κομμάτι αυτό θα πρέπει να λάβουμε υπόψη τα δημιουργούντα έξοδα πριν την έναρξη του τυποποιητηρίου, όσον αφορά την ύδρευση, τον ηλεκτρισμό και τις τηλεπικοινωνίες.

### 10) Τελικές ενέργειες (1 μήνας)

Όλες οι προαναφερθείσες ενέργειες λαμβάνονται υπόψη και τοποθετούνται χρονικά στο διάγραμμα Gantt που ακολουθεί, με στόχο την έναρξη της λειτουργίας του «Alkinion Oil» τον Ιανουάριο του 2020.

Στάδιο	Αρχή	Λήξη	Διάρκεια	2019												2020		
				Ιαν.	Φεβρ.	Μαρτ.	Απρ.	Μαϊος	Ιουν.	Ιούλ.	Αυγ.	Σεπτ.	Οκτ.	Νοε.	Δεκ.	Ιαν.	Φεβρ.	
Σύσταση Ομάδας Εκτέλεσης Έργου	15 Ιαν.	15 Φεβρ.	1															
Σύσταση Εταιρείας και Καθορισμός των Νομικών Απαιτήσεων	15 Φεβρ.	15 Μαϊ.	3															
Χρηματοδότηση	1 Μαρτ.	1 Οκτ.	7															
Απόκτηση Γης	1 Απρ.	1 Μαϊ.	1															
Μηχανολογική Άδεια - Έργα Πολιτικού Μηχανικού- Νομικοί Σύμβουλοι	1 Μαϊ.	1 Ιουν.	1															
Κατασκευή και Εγκατάσταση	1 Ιουν.	15 Δεκ.	6,5															
Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Προσωπικού	15 Οκτ.	15 Δεκ.	2															
Ενέργειες Marketing pro Παραγωγής	1 Οκτ.	30 Δεκ.	2															
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1 Νοε.	30 Νοε.	1															
Τελικές Ενέργειες	1 Δεκ.	30 Δεκ.	1															

Πίνακας 9.1 Χρονοδιάγραμμα Gant

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

# ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

### 10.1. Εισαγωγή Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλύσουμε την επένδυσή μας σε χρηματοοικονομικό επίπεδο βασιζόμενοι σε μία πενταετή πρόβλεψη λειτουργίας της επιχείρησής μας. Στόχο μας είναι να αξιολογήσουμε την επένδυση μας με σκοπό να κρίνουμε αν είναι η μονάδα μας είναι βιώσιμη στην εγχώρια αγορά προκειμένου να προχωρήσουμε στην υλοποίησή της.

Πιο συγκεκριμένα θα εστιάσουμε στο Κόστος Επένδυσης και Παραγωγής της Μονάδας, στη Χρηματοδότηση του προγράμματος, στην ανάλυση του Κεφαλαίου Κίνησης καθώς και αναφερθούν οι Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις που σχετίζονται με τις καταστάσεις Εισοδήματος και τις Ταμιακές Ροές..

### 10.2. Κόστος Επένδυσης

Στο παρακάτω πίνακα φαίνεται το κόστος της συνολικής επένδυσης το οποίο αποτελείται από το κόστος του μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού, το κόστος του πολιτικού μηχανικού, το κόστος και τα έξοδα για την προετοιμασία και την αγορά του οικοπέδου, το κόστος των διαφόρων μελετών που πραγματοποιήθηκαν, το σύνολο των προλειτουργικών δαπανών και το αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	ΠΟΣΟ€
<b>1.ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ</b>	<b>524.450€</b>
<b>Κόστη Οικοπέδου</b>	
Νομικά – Συμβολαιογραφικά Έξοδα	2.500
Αγορά Οικοπέδου	80.000

Φόροι – Μεταβιβάσεις	1.200
<b>Μηχανολογικός Εξοπλισμός</b>	
Εξοπλισμός Παραγωγής	171.810
Βοηθητικός Εξοπλισμός	2.400
Περιβαλλοντικά Έξοδα	1.500
Λοιπός Εξοπλισμός	6.000
<b>Κατασκευές Πολιτικού Μηχανισμού</b>	
Κατασκευή Κτιριακών Εγκαταστάσεων	200.000
Ύδρευση – Αποχέτευση	7.000
Αμοιβή Πολιτικού Μηχανικού	5.000
<b>Προλειτουργικές Δαπάνες</b>	
Κόστος Σύστασης Εταιρείας	22.800
Κόστος Προλειτουργικού Μάρκετινγκ	3.000
Κόστος Υπηρεσιών Κοινής Ωφέλειας	2.740
Κόστος Προσωπικού Προλειτουργικής Περιόδου	8.500
Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών	10.000
<b>2.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>	<b>123.494,29€</b>
<b>3.ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>647.944,29€</b>

*Πίνακας 10.2.1. Κόστος Επένδυσης*

### 10.3. Κεφάλαιο Κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι το τμήμα εκείνο του κεφαλαίου που είναι διαθέσιμο για την αντιμετώπιση τόσο των λειτουργικών αναγκών της επιχείρησης, όσο και των διαφόρων διακυμάνσεων που οφείλονται στις μεταβολές των τιμών, η των συνθηκών της αγοράς. Επομένως, είναι ένα απαραίτητο κεφάλαιο το οποίο χρειάζεται η επιχείρηση για την έναρξη των δραστηριοτήτων της. Για αυτό το λόγο αποτελεί βασικό κομμάτι των αρχικών κεφαλαιακών δαπανών που απαιτούνται για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης ορίζεται ως η διαφορά του τρέχοντος ενεργητικού (δηλαδή τους λογαριασμούς εισπρακτέους, τα αποθέματα και το ταμείο) από το τρέχον παθητικό (δηλαδή τους λογαριασμούς πληρωτέους).

Για να καταστεί δυνατός ο υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης πρέπει πρώτα να γνωρίζουμε μια σειρά από άλλες μεταβλητές. Θα πρέπει λοιπόν αρχικά να ορίσουμε την ελάχιστη κάλυψη ημερών για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό (X). Το επόμενο βήμα είναι να παρατεθούν τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού (A). Στη συνέχεια υπολογίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με την αντίστοιχη ελάχιστη κάλυψη ημερών ( $Y=360/X$ ). Τέλος, τα δεδομένα του κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ( $B=A/Y$ ) ώστε να μπορέσουμε να υπολογίσουμε τις ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το σύνολο του τρέχοντος ενεργητικού.

Επιπλέον, για να προσδιοριστεί το κεφάλαιο κίνησης είναι αναγκαίο να υπολογίσουμε και το ύψος των ετήσιων των αποσβέσεων. Για τον υπολογισμό τους θα χρησιμοποιηθεί η σταθερή (γραμμική) μέθοδος σύμφωνα με την οποία οι ετήσιες αποσβέσεις ισούνται με την αξία κτήσης του πάγιου στοιχείου προς τα έτη της ωφέλιμης ζωής του

Επομένως: ετήσιες αποσβέσεις =  $(519.490 - 83.700) / 10 = 43.579 \text{ €}$

*\*Από την αξία κτήσης των πάγιων στοιχείων αφαιρείται η αξία κτήσης των οικοπέδων η οποία δεν αποσβένεται. Η ωφέλιμη ζωή των υπολοίπων στοιχείων ανέρχεται σε 10 έτη.*

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζεται ο υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης σύμφωνα με την ανάλυση που προηγήθηκε.

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	
<b>A) Λογαριασμοί Εισπρακτέοι</b>	60 ημέρες στο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις
<b>B) Αποθέματα</b>	
<b>i) Πρώτες Ύλες</b>	100 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
<b>ii) Υλικά Συσκευασίας</b>	60 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
<b>iii) Καθαριστικά</b>	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής

iv) Λοιπά Εφόδια	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
v) Τελικά προϊόντα	15 ημέρες (μέσος όρος) στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις
Γ) Ταμείο	27 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις πρώτες ύλες τις αποσβέσεις και τους τόκους
Δ) Λογαριασμοί Πληρωτέοι	70 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

*Πίνακας 10.3.1. Απαιτήσεις Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού*

ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ	
Συντελεστής Κόστους Παραγωγής	1ο έτος
<b>1.Εργασιακό Κόστος</b>	391.330 €
Άμεσα υλικά	178.830 €
Άμεση εργασία	212.500 €
<b>2.Γ.Β.Ε</b>	51.300 €
Κόστος εργοστασίου	280.000 €
<b>3.Γενικά έξοδα λειτουργιών</b>	290.248 €
Κόστος ποιουτικού ελέγχου	3.883 €
Κόστος χρηματοοικονομικής λειτουργίας	224.405 €
Κόστος Marketing	61.960 €
Έξοδα λειτουργίας (1+2+3)	732.878 €
Αποσβέσεις	43.579 €
<b>Συνολικό κόστος παραγωγής</b>	<b>776.457 €</b>

*Πίνακας 10.3.2. Κόστος Παραγωγής 1<sup>ου</sup> Έτους*

<b>ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ</b>				
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (Α)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΡΩΝ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ (Χ)	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (Ψ)	ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ (Β)
<b><u>ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</u></b>				<b><u>134.614,29€</u></b>
-				-
<b>Α) Λογαριασμοί Εισπρακτέοι</b>	492.364	60	6	82.060
i) Πρώτες Ύλες	46.000	100	3,6	12.777
ii) Υλικά Συσκευασίας	178.830	60	6	29.805
iii) Καθαριστικά	1.200	90	4	300,00
iv) Λοιπά Εφόδια	2.900	180	2	1.450,00
v) Τελικά Προιόντα	59.678	15	24	2.486,58
<b>Β) Ταμείο</b>	76.457	27	13,33	5.735,71
<b><u>ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</u></b>				<b><u>11.120€</u></b>
-				-
<b>Γ) Λογαριασμοί Πληρωτέοι</b>	57.156,8	70	5,14	11.120
<b><u>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ- ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ)</u></b>				<b><u>123.494,29€</u></b>
<b><u>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</u></b>				<b><u>776.457€</u></b>

Πίνακας 10.3.3. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

#### 10.4. Χρηματοδότηση της επιχείρησης

Στο παρόν κομμάτι θα αναφερθούμε στους τρόπους χρηματοδότησης της επιχείρησής μας. Κατόπιν μελέτης του επενδυτικού σχεδίου καταλήξαμε σε επιχορηγήσεις που δικαιούμαστε ως υπό ίδρυση μονάδα με βάση την ισχύουσα νομοθεσία, η οποία μας επιτρέπει μία κάλυψη 25% του συνολικού κόστους της επένδυσής μας. Το υπόλοιπο 75% θα στηριχθεί σε ίδια Κεφάλαια

υπολογιζόμενα με ένα κόστος ευκαιρίας 1,5% - 2% επιτόκιο της αγοράς. Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας όπου φαίνονται τα αντίστοιχα ποσά.

<b>Χρηματοδότηση Επένδυσης</b>	<b>Κοστος Χρηματοδότησης</b>	<b>Σύνολο €</b>	<b>% Χρηματοδότησης</b>
Μετοχικό Κεφάλαιο	1,5% - 2%	485.958,29 €	75%
Επιχορηγήσεις Βάση Νομοθετικού Πλαισίου	Μηδενικό Κόστος	161.986 €	25%

*Πίνακας 10.4.1. Ποσά Χρηματοδότησης*

## 10.5 Υπολογισμός Ταμειακών Ροών της επιχείρησης

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει αναφορά και υπολογισμός των καθαρών ταμειακών ροών της υπό ίδρυσης μονάδας προκειμένου να μπορέσουμε να αξιολογήσουμε την επιχείρηση μας με βάση τις ροές που θα προκύψουν στην πενταετή μελέτη μας.

Υπολογίζοντας το ΚΤΡ είμαστε σε θέση να αντιληφθούμε το χρονικό διάστημα που θα υπάρξει επανείσπραξη του κόστους της επένδυσης δίνοντας τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης. Με αυτό τον τρόπο παρέχεται μια ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης. Όσο βραχύτερη είναι η περίοδος επανείσπραξης τόσο λιγότερο επικίνδυνη είναι η επένδυσή μας και τόσο μεγαλύτερη η ρευστότητά της.

Παρακάτω παρατίθεται οι πίνακες του υπολογισμού των καθαρών ταμειακών ροών για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Ο υπολογισμός βασίζεται στους παρακάτω τύπους:

**Καθαρή Ταμειακή Ροή = Ταμειακές Εισροές – Ταμειακές Εκροές**

**Ή**

**Καθαρή Ταμειακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις**

Οι ταμειακές εισροές περιλαμβάνουν τις πωλήσεις που προσδοκούνται από την επένδυση, ενώ οι ταμειακές εκροές το κόστος λειτουργίας.

Έτος	Πωλήσεις	Λειτουργικό Κόστος	Κέρδη Προ Φόρων	Φόρος 29%	Καθαρά Κέρδη
1	1.620.000	776.457	843.543	244.627,47	598.916
2	1.652.400	785.300	867.100	251.459	615.641
3	1.685.448	792.634	892.814	258.916,06	633.898
4	1.719.164	800.540	918.624	266.400,96	652.223
5	1.753.556	805.965	947.591	274.801,39	673.790

*Πίνακας 10.5.1. Καθαρά Κέρδη*

Έτος	Καθαρά Κέρδη	Αποσβέσεις	Κ.Τ.Ρ.	Αθροιστική Κ.Τ.Ρ.
1	598.916	43.579	555.337	555.337
2	615.641	43.579	572.062	1.127.399
3	633.898	43.579	590.319	1.717.718
4	652.223	43.579	608.644	2.326.362
5	673.790	43.579	630.211	2.956.573

*Πίνακας 10.5.2. Καθαρές Ταμιακές Ροές*

Όπως προκύπτει λοιπόν από τα παραπάνω η επένδυσή μας είναι ελκυστική και μάλιστα τα νούμερά μας εμφανίζουν μεγάλα κέρδη. Αυτό οφείλεται στα χαμηλά έξοδα παραγωγής και συντήρησης της επιχείρησής μας σε σχέση με το 5ετές πρόγραμμα πωλήσεων που έχει προβλεφθεί για την παρούσα μελέτη. Επιπλέον παρατηρείται ότι λόγω του μεγάλου πλεονάσματος η επιχείρηση θα μπορούσε να λειτουργήσει απρόσκοπα για τα πρώτα έτη της.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. ΣΕΒΙΤΕΛ, [www.oliveoil.gr](http://www.oliveoil.gr)
2. <http://www.oliveoiloftheworld.com/history/>
3. [http://www.tmth.edu.gr/aet/thematic\\_areas/p40.html](http://www.tmth.edu.gr/aet/thematic_areas/p40.html)
4. <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-basics>
5. Π. ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ, Δ. ΤΑΛΙΑΝΗΣ; «Η ΕΛΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»; ΜΟΥΣΕΙΟ ΦΥΣΙΚΗΣ ΙΣΤΟΡΙΑΣ ΑΠΟΛΙΘΩΜΕΝΟΥ ΔΑΣΟΥΣ ΛΕΣΒΟΥ, ΕΚΔΟΣΕΙΣ : ΤΟΠΙΟ
6. Ε. ΠΑΤΕΡΑ; « Η ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΣΤΟΥΣ ΑΡΧΑΙΟΥΣ ΡΩΜΑΙΚΟΥΣ ΧΡΟΝΟΥΣ»; ΕΚΔΟΣΕΙΣ : ΠΡΟΠΟΠΙΟΜΠΟΣ (2006)
7. <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=olive>
8. <http://www.aridwaste.gr/node>
9. <http://www.elin.gr/el/industry.html>
10. <http://www.afoimarkaki.gr/index.php?menu=products>
11. <http://www.vitogiannis.gr/products-en/pry-off-crown-corks-en.html>
12. <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,
13. <http://lgconstructions.gr/index.php/el/>
14. <http://www.newsbomb.gr/oikonomia/news/story>
15. <http://asq.org/learn-about-quality/quality-assurance-quality>
16. <http://asq.org/learn-about-quality/six-sigma/overview/dmaic.html>
17. <https://themasb.org/marketing-accountability-foundation>
18. <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CF%8C%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%BF>

19. <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/handle/unipi/10005>
20. Τηλικίδου – Στρατηγική Μαρκετινγκ – 2014
21. Λεωνίδας Χυτήρης (2001), Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων, Εκδ. Interbooks
22. Α. Μπουραντάς. Βάθης, 1999, Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών, Εκδ. Ινστιτούτο Υπολογιστών και Εκδόσεων Διόφωτος
23. Behrens W. & Hawranek P.M, Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies, (Newrly revised and expanded edition), UNIDO
24. Σωτ. Καρβούνης – Δημ. Γεωργακέλλος, Οδηγίες, Προβλήματα, Υποδείγματα για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδ. Σταμούλη
25. Ν. Β. Γεωργόπουλος, 2004, Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδ. Γ. Μπένου
26. Μάλλιαρης Π. 2012, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδ. Σταμούλη