



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

**ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ
ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΕΛΑΙΟΚΑΡΠΟΥ**

Γιαννούλα Π. Δρούσια (ΜΔΕ 1751)

Πειραιάς, 2021



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

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: MBA» με τίτλο:

**«ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ
ΕΛΑΙΟΚΑΡΠΟΥ»**

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 Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας

Όνοματεπώνυμο: ΓΙΑΝΝΟΥΛΑ Π. ΔΡΟΥΣΙΑ

Ημερομηνία: 24-03-2021

Η παρούσα Μελέτη Σκοπιμότητας εκπονήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς, δεν αποτελεί πρόταση επένδυσης και ως εκ τούτου, κάποια από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Περίληψη

Σε μία εποχή κρίσης, η βιωσιμότητα κάθε επιχείρησης κρίνεται δύσκολη και χρειάζεται επιπλέον προσπάθεια από τα επιμέρους στελέχη για τη διατήρησή της. Ιδιαίτερα στην εποχή μας κατά την οποία διανύουμε μία περίοδο αστάθειας, καθώς ο ιός COVID-19 εξαπλώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο, η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων έχει πληγεί σημαντικά. Ωστόσο, υπάρχουν επιχειρήσεις που συνεχίζουν επιτυχώς τη λειτουργία τους. Καθοριστικοί δείκτες για την πορεία μίας επιχείρησης μπορεί να αποτελέσουν η εργατικότητα και η αγάπη για το προϊόν που παράγεται. Έτσι λοιπόν, ένας από τους λόγους της παρούσας μελέτης είναι η αγάπη για τον ελαιόκαρπο. Οι ιδρυτές της μονάδας επιθυμούν να γνωρίσουν ευρέως στους καταναλωτές το συγκεκριμένο προϊόν, το οποίο προσφέρει πληθώρα από οφέλη για τον ανθρώπινο οργανισμό, και μελλοντικά να επεκταθούν και στις αγορές του εξωτερικού. Συμπερασματικά, η συγκεκριμένη μελέτη παρουσιάζει τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει μία επιχείρηση από τη στιγμή λήψης της απόφασης έως και την ημερομηνία λειτουργίας της, καθώς και το εάν τελικά αξίζει μία τέτοια επένδυση.

Λέξεις - κλειδιά

Ελαιόκαρπος, προμελέτη σκοπιμότητας, επένδυση, μάρκετινγκ

Abstract

During times of crisis, the viability of each company is considered difficult and is needed additional effort from the individual executives to maintain it. Especially in our time when we are going through a period of instability, as the COVID-19 virus is spreading all over the world, the majority of Greek companies have been significantly affected. However, there are companies that continue to operate successfully. The love and hard work for the product produced by each company can be decisive indicators for its course. One of the reasons for this study is the love for the olives. The founders of the unit want to make the product widely known to consumers, which offers a variety of benefits for the human body, and in the future to expand to foreign markets. In conclusion, this study presents the steps that a company must follow from the moment of decision to the date of its operation, as well as whether such an investment is finally worth it.

Keywords

Olives, feasibility study, investment, marketing

Περιεχόμενα

Περίληψη	4
Λέξεις - κλειδιά	4
Περιεχόμενα πινάκων	12
Περιεχόμενα διαγραμμάτων	14
Περιεχόμενα εικόνων	15
Εισαγωγή	16
Κεφάλαιο 1 Σύνοψη κεφαλαίων	17
1.1 Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος.....	17
1.2 Ανάλυση της αγοράς και Μάρκετινγκ	17
1.3 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια.....	18
1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογία	18
1.5 Οργάνωση της μονάδας και Γενικά έξοδα.....	19
1.6 Ανθρώπινοι πόροι.....	19
1.7 Τοποθεσία, χώρος εγκατάστασης, περιβάλλον.....	20
1.8 Προγραμματισμός εκτέλεσης έργου	20
1.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης.....	21
1.10 Συμπεράσματα.....	21
Κεφάλαιο 2 Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος.....	22
2.1 Ιστορική αναδρομή.....	22
2.2 Νομοθεσία επιτραπέζιας ελιάς	23
2.3 Ταυτότητα και ιδρυτές του επενδυτικού σχεδίου	26
2.4 Ιστορικό του προγράμματος.....	27
2.5 Προμελέτη σκοπιμότητας.....	27
2.6 Κόστος εκπονήσεως της προμελέτης και των σχετικών ερευνών	28
Κεφάλαιο 3 Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ	29
3.1 Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της	29

3.1.1 Προϊόν.....	29
3.1.2 Ορισμός επιτραπέζιας ελιάς.....	30
3.1.3 Κατηγορίες επιτραπέζιας ελιάς και προϊόντα Π.Ο.Π.....	32
3.1.4 Η συγκομιδή της ελιάς.....	35
3.2 Ανταγωνιστές.....	36
3.3 Πελάτες.....	39
3.4 Κανάλια διανομής.....	41
3.5 Προμηθευτές.....	42
3.6 Ανάλυση εγχώριας αγοράς.....	43
3.6.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	43
3.6.2 Προσδιορισμός μελλοντικής ζήτησης.....	48
3.6.3 Εγχώρια παραγωγή.....	51
3.6.4 Εισαγωγές – Εξαγωγές.....	54
3.6.5 Δείκτης ανταγωνιστικότητας-Εμπορικό ισοζύγιο.....	65
3.6.6 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (Ανάλυση PEST).....	67
3.6.7 Οι 5 Δυνάμεις του PORTER.....	73
3.6.8 Ανάλυση SWOT.....	77
3.6.9 Έσοδα και πωλήσεις.....	78
3.7 Στρατηγική διάσταση του σχεδίου Μάρκετινγκ.....	79
3.7.1 Τμηματοποίηση (Segmentation).....	80
3.7.2 Στοχοθέτηση (Targeting).....	81
3.7.3 Τοποθέτηση (Positioning).....	82
3.8 Λειτουργική διάσταση του σχεδίου Μάρκετινγκ.....	84
3.9 Κόστος Μάρκετινγκ.....	94
Κεφάλαιο 4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια.....	95
4.1 Εισαγωγή.....	95
4.2 Εφόδια εγκατάστασης.....	96

4.3 Διαθεσιμότητα και προμήθειες	99
4.4 Μάρκετινγκ προμηθειών	100
4.5 Πρόγραμμα προμηθειών.....	102
4.6 Τελική επιλογή και αξιολόγηση προμηθευτών	105
4.7 Κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων	107
Κεφάλαιο 5 Μηχανολογικά και τεχνολογία	109
5.1 Πρόγραμμα παραγωγής και δυναμικότητα της μονάδας.....	109
5.2 Πρόγραμμα τεχνολογίας	110
5.2.1 Ανάλυση παραγωγικής διαδικασίας	110
5.2.2 Επιλογή τεχνολογίας.....	111
5.2.3 Κριτήρια επιλογής τεχνολογίας	112
5.2.4 Εναλλακτικές λύσεις.....	113
5.3 Μηχανολογικός εξοπλισμός 5.3.1 Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμού	114
5.3.2 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας	116
5.3.3 Τρόπος απόκτησης και μεταφοράς τεχνολογίας	118
5.4 Χωρομετρικά και μηχανολογικά σχέδια μονάδας	119
5.4.1 Χωρομετρικά σχέδια της μονάδας.....	119
5.5 Έργα πολιτικού μηχανικού	121
5.5.1 Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης	122
5.5.2 Κατασκευή κτηριακών υποδομών	123
5.5.3 Έργα εκτός του χώρου του εργοστασίου	123
5.6 Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού	124
Κεφάλαιο 6 Οργάνωση της μονάδας και γενικά έξοδα	125
6.1 Οργάνωση και διαχείριση της μονάδας.....	125
6.1.1 Οργανωσιακές λειτουργίες	126
6.1.2 Οργανωσιακή δομή.....	127

6.2 Σχεδίαση της οργάνωσης	6.2.1 Γενική Διεύθυνση	128
	6.2.2 Οικονομική Διεύθυνση	129
	6.2.3 Διεύθυνση Παραγωγής	130
	6.2.4 Διεύθυνση Μάρκετινγκ	131
	6.2.5 Γραμματειακή Υποστήριξη	132
6.3 Εντοπισμός κέντρων κόστους.....		132
6.3.1 Κέντρα κόστους παραγωγής.....		133
6.3.2 Κέντρα κόστους υποστήριξης-εξυπηρέτησης.....		133
6.3.3 Κέντρα κόστους διοίκησης και χρηματοοικονομικών.....		134
6.4 Γενικά έξοδα.....		134
Κεφάλαιο 7 Ανθρώπινοι πόροι.....		136
7.1 Κατηγορίες και λειτουργίες ανθρώπινων πόρων.....		136
7.1.2 Διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό.....		136
7.1.3 Ειδικευμένο και ανειδίκευτο προσωπικό		137
7.2 Κοινωνικοπολιτικό και πολιτισμικό περιβάλλον.....		138
7.3 Ανάγκες του επενδυτικού σχεδίου σε ανθρώπινο δυναμικό		139
7.3.1 Προσδιορισμός των αναγκών		139
7.3.2 Προγραμματισμός των αναγκών		142
7.3.2.1 Προπαραγωγική φάση		142
7.3.2.2 Λειτουργική φάση.....		142
7.4 Διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού και στρατολόγηση.....		143
7.4.1 Εκτίμηση της προσφοράς και της ζήτησης του ανθρώπινου δυναμικού		143
7.4.2 Προσέλκυση υποψηφίων		143
7.4.3 Επιλογή υποψηφίων		144
7.5 Πρόγραμμα κατάρτισης και εκπαίδευσης		144
7.6 Εκτίμηση του κόστους εργασίας.....		145

7.6.1 Άμεση αμοιβή.....	145
7.6.2 Κόστος ανθρώπινου δυναμικού	146
Κεφάλαιο 8 Τοποθεσία, χώρος εγκατάστασης, περιβάλλον.....	148
8.1 Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της νέας μονάδας	148
8.2 Αναζήτηση και επιλογή τοποθεσίας	149
8.2.1 Χαρακτηριστικά στοιχεία εναλλακτικών τοποθεσιών	150
8.2.2 Αξιολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών	154
8.3 Επιλογή του χώρου εγκατάστασης	157
8.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά χώρου εγκατάστασης.....	158
8.4 Περιγραφή τοπικών παραγόντων - Προστασία περιβάλλοντος	159
8.4.1 Επιπτώσεις στο περιβάλλον - Διασφάλιση ποιότητας περιβάλλοντος	159
8.5 Υπολογισμός του κόστους	161
Κεφάλαιο 9 Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου.....	162
9.1 Στόχοι του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου	162
9.1.1 Έννοια του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου	162
9.1.2 Εργασίες προγραμματισμού και προϋπολογισμού	162
9.2 Η ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης του έργου.....	163
9.3 Στάδια εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	164
9.3.1 Επιμέρους στάδια και προγράμματα.....	164
9.3.2 Αναλυτική παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου	165
9.4 Χρονικός προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου	167
9.5 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος	170
Κεφάλαιο 10 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης	171
10.1 Στόχοι χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης	171
10.2 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης	172
10.2.1 Πάγιο ενεργητικό.....	172

10.2.2 Καθαρό κεφάλαιο κίνησης.....	174
10.2.3 Συνολικό κόστος επένδυσης	177
10.3 Χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου	178
10.4 Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής.....	180
10.4.1 Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής	180
10.4.2 Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	181
10.5 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων	183
10.5.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης	183
10.5.2 Πίνακας χρηματικών ροών	184
10.5.3 Ισολογισμός	187
10.6 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης	190
10.6.1 Μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης.....	190
10.6.2 Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου.....	192
10.6.3 Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας	194
10.7 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση σε συνθήκες αβεβαιότητας.....	196
10.7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου	196
10.8 Οικονομική αξιολόγηση – Επιδράσεις στην εθνική οικονομία	199
Βιβλιογραφία	200

Περιεχόμενα πινάκων

Κεφάλαιο 2

Πίνακας 2. 1: Κόστος προ-επενδυτικών μελετών και ερευνών.....	28
---------------------------------------------------------------	----

Κεφάλαιο 3

Πίνακας 3. 1: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών ελιών κατά αστικές και αγροτικές περιοχές (2016-2017).....	46
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 2: Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων ελιών που αποκτήθηκαν από τα νοικοκυριά κατά αστικές και αγροτικές περιοχές (2016-2017) ανά νοικοκυριό	47
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 3: Υπολογισμός εγχώριας ζήτησης επιτραπέζιας ελιάς (2007-2017).....	48
--------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 4: Πρόβλεψη εγχώριας μελλοντικής ζήτησης επιτραπέζιας ελιάς (2021-2026).....	49
-----------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 5: Εγχώρια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών (2001-2018).....	51
--------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 6: Εισαγωγές επιτραπέζιων ελιών (2005-2017)	54
--------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 7: Εισαγωγές επιτραπέζιων ελιών ανά κατηγορία προϊόντος (2005-2017)	55
--------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 8: Εξαγωγές επιτραπέζιων ελιών ανά κατηγορία προϊόντος (2005-2017)	56
-------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 9: Κυριότερες χώρες προορισμού ελιών παρασκευασμένων - διατηρημένων (2016-2017).....	57
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 10: Παγκόσμια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών (2010/11-2017/18).....	60
-----------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 11: Παγκόσμια κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών (2010/11-2017/18)....	61
------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 12: Παραγωγή επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε.(2006/07-2017/18).....	63
----------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 13: Κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2010/11-2017/18)	64
--------------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 14: Εμπορικό ισοζύγιο επιτραπέζιων ελιών(2005-2017)	66
----------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 15: Εκτίμηση εσόδων από πωλήσεις ανά έτος (2021-2025)	78
------------------------------------------------------------------------	----

Πίνακας 3. 16: Εκτίμηση κόστους Μάρκετινγκ ανά έτος (2021-2025)	94
-----------------------------------------------------------------------	----

Κεφάλαιο 4

Πίνακας 4. 1: Χαρακτηριστικά των προμηθευτών	105
----------------------------------------------------	-----

Πίνακας 4. 2: Εκτίμηση κόστους παραγωγής πρώτων υλών και άλλων εφοδίων .	107
--------------------------------------------------------------------------	-----

Κεφάλαιο 5

Πίνακας 5. 1: Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού.....	116
----------------------------------------------------	-----

Πίνακας 5. 2: Κόστος συντήρησης έργων πολιτικού μηχανικού	122
-----------------------------------------------------------------	-----

Πίνακας 5. 3: Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού.....	124
-----------------------------------------------------	-----

Κεφάλαιο 6

Πίνακας 6. 1: Κόστος γενικών εξόδων (2021)..... 135

Πίνακας 6. 2: Κόστος γενικών εξόδων (2021-2025)..... 135

Κεφάλαιο 7

Πίνακας 7. 1: Απαιτούμενο προσωπικό ανά οργανωσιακή λειτουργία 141

Πίνακας 7. 2: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού στην προπαραγωγική φάση..... 146

Πίνακας 7. 3: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού στη λειτουργική φάση 147

Κεφάλαιο 8

Πίνακας 8. 1: Συντελεστές βαρύτητας κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας..... 155

Πίνακας 8. 2: Στάθμιση και βαθμολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών..... 156

Πίνακας 8. 3: Εκτίμηση κόστους επένδυσης για το χώρο εγκατάστασης 161

Κεφάλαιο 9

Πίνακας 9. 1: Απαιτούμενος χρόνος εκτέλεσης σταδίων του επενδυτικού σχεδίου 168

Πίνακας 9. 2: Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης προγράμματος 170

Κεφάλαιο 10

Πίνακας 10. 1: Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης..... 173

Πίνακας 10. 2: Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης 175

Πίνακας 10. 3: Ετήσιο κόστος παραγωγής (€)..... 175

Πίνακας 10. 4: Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης 176

Πίνακας 10. 5: Συνολικό κόστος επένδυσης 177

Πίνακας 10. 6: Πηγές χρηματοδότησης 178

Πίνακας 10. 7: Εξυπηρέτηση δανείου (2020-2024)..... 179

Πίνακας 10. 8: Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής (2021-2025) σε € 180

Πίνακας 10. 9: Διαχρονικές απαιτήσεις σε αποθέματα (2021-2025) σε € Από που προκύπτει 181

Πίνακας 10. 10: Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης (2021-2025)..... 181

Πίνακας 10. 11: Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης (2021-2025) 183

Πίνακας 10. 12: Προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ροών (2021-2025)..... 184

Πίνακας 10. 13: Προβλεπόμενοι ισολογισμοί τέλους (2021-2025) 187

Πίνακας 10. 14: Υπολογισμός καθαρών κερδών(€)..... 191

Πίνακας 10. 15: Υπολογισμός καθαρών ταμειακών ροών 191

Πίνακας 10. 16: Υπολογισμός καθαρών κερδών συν τόκους..... 192

Πίνακας 10. 17: Υπολογισμός συντελεστών απόδοσης κεφαλαίου.....	193
Πίνακας 10. 18: Υπολογισμός παρούσας αξίας.....	194
Πίνακας 10. 19: Καταμερισμός σταθερών και μεταβλητών εξόδων.....	197

Περιεχόμενα διαγραμμάτων

Κεφάλαιο 3

Διάγραμμα 3. 1: Προβολή της τάσης (2021-2026).....	50
Διάγραμμα 3. 2: Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2017-2018)	59
Διάγραμμα 3. 3: Κυριότερες καταναλώτριες χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2017/2018)	61
Διάγραμμα 3. 4: Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2017/2018)	62
Διάγραμμα 3. 5: Κυριότερες καταναλώτριες χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2017/2018).....	64
Διάγραμμα 3. 6: Δείκτης ανταγωνιστικότητας επιτραπέζιων ελιών(2010-2017)	65

Κεφάλαιο 6

Διάγραμμα 6. 1: Οργανόγραμμα εταιρείας	127
Διάγραμμα 6. 2: Οργανόγραμμα Γενικής Διεύθυνσης	128
Διάγραμμα 6. 3: Οργανόγραμμα Οικονομικής Διεύθυνσης.....	129
Διάγραμμα 6. 4: Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Παραγωγής	130
Διάγραμμα 6. 5: Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Μάρκετινγκ	131

Κεφάλαιο 9

Διάγραμμα 9. 1: Διάγραμμα Gantt.....	169
--------------------------------------	-----

Περιεχόμενα εικόνων

Κεφάλαιο 2

Εικόνα 2. 1: Ανάλυση των συστατικών και θρεπτική αξία ελαιόκαρπου κατά ποικιλία	31
Εικόνα 2. 2: Παραγωγή ελαιόκαρπου ανά γεωγραφικές περιφέρειες	34

Κεφάλαιο 3

Εικόνα 3. 1: Ανάλυση PEST	67
Εικόνα 3. 2: Οι πέντε δυνάμεις του Porter	73
Εικόνα 3. 3: Swot ανάλυση.....	77
Εικόνα 3. 4: Στρατηγικές τοποθέτησης	83
Εικόνα 3. 5: Ελιά καλαμών	85
Εικόνα 3. 6: Κονσερβολιά.....	86
Εικόνα 3. 7: Ελιά Κορωνέϊκη	87
Εικόνα 3. 8: Γυάλινο βάζο 212ml.....	88
Εικόνα 3. 9: Καπάκι.....	88
Εικόνα 3. 10: Πλαστικό δοχείο 3kg.....	89
Εικόνα 3. 11: Τενεκές 5lt	89

Κεφάλαιο 4

Εικόνα 4. 1: Γυάλινο βάζο	96
Εικόνα 4. 2: Ευρωπαϊκέτα.....	97
Εικόνα 4. 3: Διαχωριστής βάζων	97

Κεφάλαιο 5

Εικόνα 5. 1: Κάτοψη εργοστασίου	120
---------------------------------------	-----

Κεφάλαιο 8

Εικόνα 8. 1: Γεράκι Λακωνίας.....	151
Εικόνα 8. 2: Βρονταμάς Λακωνίας.....	152
Εικόνα 8. 3: Περιοχές πιθανής εγκατάστασης της μονάδας	153
Εικόνα 8. 4: Γεωγραφική θέση οικοπέδου	158

Εισαγωγή

Στην εν λόγω εργασία παρουσιάζεται η προμελέτη σκοπιμότητας για την ίδρυση μονάδας που δραστηριοποιείται στον κλάδο των τροφίμων και συγκεκριμένα για τη συσκευασία ελαιόκαρπου. Σκοπός της μελέτης είναι η ανάλυση όλων των παραμέτρων που είναι αναγκαίες για τη δημιουργία της μονάδας από την αρχική απόφαση έως και την ημερομηνία λειτουργίας της. Ύστερα από τη μελέτη αυτών, σκοπός είναι να αξιολογηθεί η επένδυση ώστε να μπορέσει να εξαχθεί το συμπέρασμα, εάν θα ήταν κερδοφόρο ή όχι να προχωρήσει η επένδυση. Ειδικότερα, το υπόλοιπο της εργασίας δομείται με τον ακόλουθο τρόπο. Στο κεφάλαιο 2 παρουσιάζεται η ιστορική αναδρομή του ελαιόκαρπου και η ισχύουσα νομοθεσία, η ταυτότητα των ιδρυτών της επιχείρησης και τα κόστη για τη μελέτη. Στο κεφάλαιο 3 πραγματοποιείται η ανάλυση της εγχώριας αγοράς, του μάρκετινγκ και η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση. Αναλύονται και τα 4 στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ. Στο κεφάλαιο 4 αναφέρονται η πρώτη ύλη και τα εφόδια που θα χρησιμοποιηθούν, καθώς και οι επιχειρήσεις που θα τα προμηθευτούν. Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται λόγος για την επιλογή της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία της μονάδας και τα χωρομετρικά σχέδια του εργοστασίου. Η γενικότερη οργάνωση της εταιρείας, με τα τμήματα και τους υπεύθυνους, και τα γενικά έξοδα που θα προκύψουν, προσδιορίζονται στο κεφάλαιο 6. Ως συνέχεια ακολουθεί το κεφάλαιο 7, στο οποίο αναλύονται οι ανθρώπινοι πόροι τόσο στην προπαραγωγική όσο και στη λειτουργική φάση του εργοστασίου. Ο τόπος και ο χώρος εγκατάστασης της νέας μονάδας, καθώς και η περιγραφή της περιοχής που θα εγκατασταθεί παρουσιάζονται στο κεφάλαιο 8. Ακολουθεί η πλήρης καταγραφή όλων των σταδίων δημιουργίας της εταιρείας και ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου στο κεφάλαιο 9. Εν τέλει, στο κεφάλαιο 10 ύστερα από την ανάλυση των χρηματοοικονομικών δεδομένων, υλοποιείται μία συνολική αποτίμηση της επένδυσης και εξάγεται το τελικό συμπέρασμα που αποτελεί και σκοπό της παρούσας μελέτης, το οποίο είναι εάν θα ήταν κερδοφόρο να προχωρήσει η ίδρυση της μονάδας συσκευασίας ελαιόκαρπου ή όχι.

Κεφάλαιο 1 Σύνοψη κεφαλαίων

1.1 Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος

Η επιτραπέζια ελιά είναι ένα προϊόν που υφίσταται από αρχαιοτάτων χρόνων και έχει μεγάλη πορεία στην ελληνική ιστορία. Οι ιδρυτές της επιχείρησης αποφάσισαν να συνεχίσουν αυτή την ιστορία και να πωλήσουν το προϊόν τους στην εγχώρια αγορά. Η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας εκπονείται με σκοπό να ιδρυθεί μία μονάδα που θα επεξεργάζεται, θα τυποποιεί και θα συσκευάζει την επιτραπέζια ελιά. Η επωνυμία της μονάδας θα είναι «OliveGreen» και θα έχει έδρα το χωριό Γεράκι Λακωνίας. Στόχος της επιχείρησης είναι η εγχώρια αγορά. Η ιδέα για την ίδρυση της μονάδας προήλθε από την αγάπη των ιδρυτών για το εν λόγω προϊόν και από την ολοένα και αυξανόμενη ζήτησή του στις αγορές του εσωτερικού και του εξωτερικού. Ιδρυτές της μονάδας θα είναι ο Α. με συμμετοχή 30% στο μετοχικό κεφάλαιο, ο Β. και ο Γ. με συμμετοχή 25%, και ο Δ. με 20% του μετοχικού κεφαλαίου. Η εταιρεία «Plan A.E.» ανέλαβε την προμελέτη σκοπιμότητας και το κόστος των προ-επενδυτικών μελετών και ερευνών ανήλθε στα 6.500€.

1.2 Ανάλυση της αγοράς και Μάρκετινγκ

Η επιτραπέζια ελιά είναι ένα προϊόν που ολοένα και περισσότερο αυξάνεται η ζήτησή του τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Βασιζόμενη σε αυτό και ύστερα από τη μελέτη της αγοράς γενικότερα, η επιχείρηση έθεσε ως στόχο την ίδρυση μίας μονάδας που θα επεξεργάζεται, θα τυποποιεί και θα συσκευάζει την επιτραπέζια ελιά και συγκεκριμένα τρεις ποικιλίες της: την ελιά καλαμών, την κονσερβολιά και την κορωνέϊκη. Είναι ένα προϊόν που απευθύνεται σε όλους τους καταναλωτές ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας και οικονομικής κατάστασης. Πιο συγκεκριμένα, θα στοχεύει να προσελκύσει νοικοκυριά, τουρίστες και χώρους μαζικής εστίασης μέσω προμηθευτών και χονδρεμπόρων. Η ανταγωνιστικότητα στον κλάδο της επιτραπέζιας ελιάς είναι έντονη και ιδιαίτερα ανάμεσα στις εταιρείες που εξάγουν το προϊόν στο εξωτερικό. Ωστόσο, η υπό ίδρυση μονάδα θα εισέλθει στον κλάδο με ανταγωνιστικές τιμές και θα διαθέτει το προϊόν στην τιμή των 3€/kg. Το σύνολο

παραγωγής θα ανέρχεται στα 820.000 κιλά ανά έτος και οι συνολικές ετήσιες πωλήσεις της εταιρείας θα είναι στα 2.500.000€. Το κόστος μάρκετινγκ για το 2021 υπολογίζεται στα 90.050€.

1.3 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

Η υπό ίδρυση μονάδα για την επεξεργασία και τη συσκευασία του προϊόντος της θα χρησιμοποιήσει ως βασική πρώτη ύλη την επιτραπέζια ελιά. Αρχικά, θα επεξεργαστεί 820.000 κιλά του προϊόντος. Οι προμηθευτές της που θα είναι οι παραγωγοί θα την εφοδιάσουν με 820.000 κιλά επιτραπέζιες ελιάς. Η τιμή αγοράς από τους προμηθευτές θα είναι 1,10€/kg. Εκτός όμως από τις πρώτες ύλες, η επιχείρηση θα πρέπει να αποκτήσει και κάποια άλλα εφόδια για τη λειτουργία της, όπως είναι οι συσκευασίες, η ετικέτα, τα χαρτοκιβώτια, οι ευρωπαλέτες, το ρεύμα, το νερό, τα απορρυπαντικά και οι στολές εργασίας μαζί με τη γραφική ύλη. Η τελική επιλογή των προμηθευτών έγινε ύστερα από έρευνα της αγοράς και μελέτη των τιμών τους και της αξιοπιστίας τους στο χώρο. Το συνολικό κόστος για τις πρώτες ύλες και τα άλλα εφόδια υπολογίζεται στα 1.824.150€ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας.

1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογία

Η επιλογή της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού αποτελεί ένα από τα βασικότερα θέματα για την ίδρυση μίας μονάδας συσκευασίας ελαιόκαρπου. Ο στόχος είναι η εταιρεία να μπορέσει να αυξήσει την ποιότητα της διαδικασίας παραγωγής και να καλύψει το πρόγραμμα παραγωγής αποτελεσματικά. Η επιλογή τους γίνεται με σκοπό η εταιρεία να μπορεί να συσκευάζει 3.280 κιλά επιτραπέζιας ελιάς την ημέρα. Η λειτουργία της επιχείρησης θα γίνεται με μια βάρδια ανά ημέρα, δηλαδή με 8 ώρες την ημέρα για 250 ημέρες εργασίας στο σύνολο του έτους. Ειδικότερα, αναλύονται τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας και αναφέρεται ο εξοπλισμός που χρειάζεται, είτε πρόκειται για τον κύριο μηχανολογικό εξοπλισμό είτε για το βοηθητικό. Ακόμα, γίνεται μνεία στα συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας που θα εφαρμοστούν. Παρουσιάζονται τα χωρομετρικά σχέδια, δηλαδή από ποια

τμήματα θα αποτελείται η εταιρεία μαζί με την κάτοψη του εργοστασίου. Τέλος, συμπεραίνεται ότι το συνολικό κόστος για την απόκτηση της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού είναι 117.900€ και το συνολικό κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού 64.000€.

1.5 Οργάνωση της μονάδας και Γενικά έξοδα

Στη συγκεκριμένη ενότητα παρουσιάζεται η δομή της υπό ίδρυση μονάδας, η οποία απεικονίζεται στο οργανόγραμμά της. Η Γενική Διεύθυνση βρίσκεται στην ανώτατη θέση ιεραρχικά και με υπεύθυνο το διευθύνοντα σύμβουλο θα επιβλέπει, θα ελέγχει και θα συντονίζει τα υπόλοιπα τμήματα. Η επιχείρηση θα αποτελείται από την Οικονομική Διεύθυνση, τη Διεύθυνση Παραγωγής, τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ και τη Γραμματειακή Υποστήριξη, η κάθε μία από τις οποίες θα είναι ανεξάρτητη από την άλλη με δικούς της στόχους. Το οργανόγραμμα της εταιρείας συντελεί στον προγραμματισμό και τον έλεγχο του κόστους μέσα από τη διαίρεση στα αντίστοιχα κέντρα κόστους. Με βάση τα κέντρα κόστους αυτά υπολογίζεται πως τα γενικά έξοδα της επιχείρησης θα ανέλθουν στις 15.000€ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της.

1.6 Ανθρώπινοι πόροι

Δεδομένου του μικρού μεγέθους της επιχείρησης, οι ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό δε θα είναι μεγάλες. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία θα απασχολεί συνολικά 14 εργαζόμενους, οι οποίοι θα επιλεγούν μέσα από μία διαδικασία που θα περιλαμβάνει την αξιολόγηση των υποψηφίων, τη συνέντευξή τους, την επιλογή τους, τις ιατρικές εξετάσεις και τελικά την εκπαίδευσή τους. Η προ παραγωγική φάση λειτουργίας της μονάδας θα ξεκινήσει ένα μήνα νωρίτερα, κατά τη διάρκεια της οποίας θα προσληφθούν οι υπάλληλοι του τμήματος παραγωγής και στη συνέχεια θα ξεκινήσει η λειτουργική φάση. Η επιχείρηση θα καταβάλει στο ανθρώπινο δυναμικό την αμοιβή που του αναλογεί και όλες τις

πρόσθετες επιβραβεύσεις και τα επιδόματα, όπως ορίζει ο νόμος. Τέλος, το συνολικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας κατά την προπαραγωγική φάση υπολογίζεται ότι ανέρχεται στα 7.400€ και το κόστος κατά τη λειτουργική φάση στα 220.100€.

1.7 Τοποθεσία, χώρος εγκατάστασης, περιβάλλον

Η τοποθεσία που θα εγκατασταθεί η υπό ίδρυση μονάδα πρέπει να πληροί κάποια συγκεκριμένα κριτήρια, τα οποία έχουν θέσει οι ιδρυτές της και τα θεωρούν σημαντικά. Έπειτα από διεξοδική μελέτη των κριτηρίων αυτών και των εναλλακτικών τοποθεσιών αποφασίστηκε ότι η πλέον κατάλληλη περιοχή για την τοποθέτηση της μονάδας είναι το Γεράκι Λακωνίας. Το οικόπεδο που επιλέχθηκε για την εγκατάστασή της είναι λίγα χιλιόμετρα έξω από το χωριό και 39 χιλιόμετρα από το κέντρο της Σπάρτης. Η έκταση του οικοπέδου είναι 2.000m² και ο χώρος που θα καταλαμβάνει η μονάδα είναι 800m². Σύμφωνα με τις γεωλογικές και γεωφυσικές μελέτες που έγιναν, διαπιστώθηκε ότι η ίδρυση της μονάδας δεν θα προκαλέσει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Επίσης, θα εφαρμοστεί το Σύστημα Διαχείρισης του Περιβάλλοντος. Τέλος, το κόστος της επένδυσης για το χώρο εγκατάστασης υπολογίστηκε ότι ανέρχεται στις 215.000€.

1.8 Προγραμματισμός εκτέλεσης έργου

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθούν όλες εκείνες οι διαδικασίες που πρέπει να γίνουν από τη στιγμή που θα ληφθεί η απόφαση για τη δημιουργία της μονάδας ελαιόκαρπου μέχρι την έναρξη της λειτουργίας της. Πιο συγκεκριμένα, στον προγραμματισμό που θα γίνει θα αναφέρεται η ακριβής χρονική διάρκεια κάθε διαδικασίας. Τον έλεγχο του προγραμματισμού των δραστηριοτήτων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου θα αναλάβει μία ομάδα επίβλεψης μέσα στην οποία θα συμμετέχουν και οι ιδρυτές της μονάδας. Οι δραστηριότητες εκτέλεσης του έργου θα ξεκινήσουν 18-1-2021 και θα ολοκληρωθούν 1-10-2021. Το έργο θα διαρκέσει συνολικά 277 μέρες. Το συνολικό κόστος όλων των δραστηριοτήτων

για τον προγραμματισμό εκτέλεσης του έργου υπολογίζεται να ανέλθει στις 42.000€.

1.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης

Για να διαπιστωθεί εάν τελικά το παρόν επενδυτικό σχέδιο είναι ωφέλιμο να υλοποιηθεί, χρειάζεται να αναλυθούν τα χρηματοοικονομικά δεδομένα, σύμφωνα με τα οποία θα συμπεραίνεται η βιωσιμότητα ή μη της επιχείρησης. Αρχικά, το κόστος επένδυσης της επιχείρησης υπολογίστηκε στις 1.159.405€ και το κόστος παραγωγής για το πρώτο έτος λειτουργίας της στις 2.194.840€. Τα χρήματα που θα χρειαστούν για τις δαπάνες της εταιρείας θα καλυφθούν από τραπεζικό δανεισμό και από ίδια κεφάλαια των ιδρυτών. Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις που αναλύθηκαν έδειξαν θετικά αποτελέσματα για την κερδοφορία της επιχείρησης. Μάλιστα, τα κέρδη της θα ανέλθουν στο ποσό 1.927.439€ για το 2021. Ακόμα, γίνεται η ανάλυση του νεκρού σημείου. Καταλήγοντας, η ίδρυση της μονάδας ελαιόκαρπου θα έχει θετική επίδραση τόσο στην τοπική όσο και την εθνική οικονομία και κοινωνία.

1.10 Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, το συμπέρασμα είναι ότι το επενδυτικό σχέδιο συνίσταται και πρέπει να γίνει αποδεκτό ώστε να ξεκινήσει η λειτουργία της μονάδας.

Κεφάλαιο 2 Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος

2.1 Ιστορική αναδρομή

Είναι εντυπωσιακό ότι η ιστορία του ελαιόκαρπου υπολογίζεται πολλά χρόνια πριν, ακόμα και πριν την ύπαρξη των ανθρώπων. Μάλιστα αναφέρεται ότι από την εποχή των παγετώνων αποτελούσε προϊόν της φύσης. Συνδέεται με τους λαούς της Μεσογείου και οι αρχαίοι πρόγονοι την ονομάζουν "Δώρο του Θεού", αφού ευδοκίμησε και προϋπήρχε από αυτούς ως ιερό δέντρο, το οποίο βρισκόταν σε κάθε πεδιάδα και κάθε όρος της Μεσογείου. Έρευνες υποστηρίζουν ότι η καλλιέργεια της ελιάς ξεκίνησε στην Αίγυπτο από το 3.000π.Χ., στη Μικρά Ασία και τη Συρία και στο χώρο της Μεσογείου από την Νεολιθική Εποχή και μάλιστα σαν τόπο καταγωγής της ορίζουν την περιοχή της Κρήτης, συμβάλλοντας μάλιστα στο Μινωικό Πολιτισμό. Στην Κνωσό ανακαλύφθηκαν από τις συνεχόμενες εργασίες καρποί ελιάς της εποχής του χαλκού. Η ελληνική ιστορία βρήκε από κείμενα για τη σύνδεση του ελληνισμού με το δέντρο της ελιάς και τους καρπούς της.

Ο Όμηρος αποκαλεί το ελαιόλαδο "υγρό θησαυρό" και στους χρόνους του χρησιμοποιούταν ως μέσο απαλοιφής ενυδάτωσης του σώματος από τους αθλητές και τους πολεμιστές και για τον καλλωπισμό των γυναικών. Ο Ιπποκράτης είχε χαρακτηρίσει το ελαιόλαδο "μεγάλο θεραπευτή" και το χρησιμοποιούσε για ιατρικά περιστατικά και μαζί με την ελιά αποτελούσαν απαραίτητα συστατικά στη διατροφή για την αποφυγή ασθενειών¹.

Στο Βυζάντιο η καλλιέργεια της ελιάς ήταν καθημερινή απασχόληση και οι γεωργοί δημιούργησαν νέες εφαρμογές λίπανσης. Για πρώτη φορά η επιτραπέζια ελιά αποθηκεύεται σε μεγάλα δοχεία νερού με άλμη ή με διάφορα συντηρητικά.

Στις μέρες μας, η Ελλάδα αποτελεί παγκόσμια δύναμη στην παραγωγή βρώσιμης ελιάς με πάνω από 100.000 τόνους παραγωγής ετησίως, κατακτώντας τη δεύτερη θέση στην Ευρωπαϊκή Ένωση και τη τέταρτη παγκοσμίως. Στην Ελλάδα καλλιεργούνται πάνω από 200 διαφορετικές ποικιλίες ελαιόκαρπων. Η ελαιοκομία είναι η κύρια αγροτική απασχόληση των

¹ <http://www.ellindorcompany.com/el/elia-kai-elaiolado/mithos-kai-istoria/>

Ελλήνων και μάλιστα η ελιά ευδοκιμεί στους περισσότερους νομούς της χώρας². Υπολογίζεται ότι υπάρχουν περίπου 30.000.000 ελαιόδεντρα και 80 εργοστάσια επεξεργασίας επιτραπέζιας ελιάς³.

2.2 Νομοθεσία επιτραπέζιας ελιάς

Η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, τον Οκτώβριο του 1998, αποφάσισε τη δυνατότητα ενίσχυσης της παραγωγής επιτραπέζιων ελιών, καθώς μέχρι τότε ίσχυε μόνο η επιδότηση στην παραγωγή ελαιόλαδου. Από την περίοδο εμπορίας 2005-2006 τέθηκε σε ισχύ το νέο καθεστώς ενίσχυσης που προήλθε από την αναθεώρηση της Κοινής Οργάνωσης Αγοράς (ΚΟΑ) του καπνού, του βάμβακος και του ελαιόλαδου. Με βάση αυτό προβλέπεται η μερική ή ολική αποσύνδεση των πριμοδοτήσεων από την παραγωγή των εν λόγω προϊόντων και η δημιουργία ενός συστήματος ενιαίας ενίσχυσης ανά εκμετάλλευση. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με την ΚΥΑ 292464/27.7.2005, το ποσοστό αποσύνδεσης των πριμοδοτήσεων από την παραγωγή ελαιόλαδου ανέρχεται στο 100%. Μέχρι την ελαιοκομική περίοδο 2008-2009 προβλεπόταν ένα ποιοτικό παρακράτημα 4% στον τομέα του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας των ελαιοκομικών προϊόντων και την προστασία και τη βελτίωση του περιβάλλοντος. Σύμφωνα με την ΚΥΑ 256494/4.1.2006, το ποσό που υπολογίστηκε από το ποσοστό παρακράτησης του τομέα του ελαιόλαδου και των επιτραπέζιων ελιών χορηγούνταν στους δικαιούχους ως στρεμματική ενίσχυση σε ετήσια βάση, σε ορισμένους τύπους γεωργίας και ιδίως για πιστοποιημένες καλλιέργειες. Το 2010 καταργήθηκε το ποσοστό παρακράτησης και αντικαταστάθηκε με μέτρα ειδικής στήριξης με σκοπό την προώθηση συγκεκριμένων τύπων γεωργίας, τη βελτίωση της ποιότητας και της εμπορίας. Σύμφωνα με το ΚΥΑ 262345/22.3.2020, χορηγείται πρόσθετη ενίσχυση ανά εκτάριο στους γεωργούς, οι οποίοι καλλιεργούν και παράγουν ελαιοκομικά προϊόντα Π.Ο.Π. και διαθέτουν πιστοποίηση ολοκληρωμένης διαχείρισης ή βιολογικής γεωργίας. Ο συνολικός ετήσιος προϋπολογισμός της στήριξης ανέρχεται στα 10.000.000€

² Richard, F 2002, «Το βιβλίο της Ελιάς», Εκδόσεις: Ψύχαλος

³ Epitr_elia_ellada.pdf

και η ενδεικτική τιμή της πρόσθετης ενίσχυσης ελαιόλαδου και επιτραπέζιων ελιών στα 300€ ανά εκτάριο.

Το Ευρωκοινοβούλιο και το Συμβούλιο Υπουργών Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενέκρινε το Δεκέμβριο του 2013, τη νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική για την περίοδο 2014-2020. Πρόκειται για τον κανονισμό που αφορά τις άμεσες ενισχύσεις, την αγροτική ανάπτυξη, το λεγόμενο Οριζόντιο Κανονισμό και τα μέτρα στήριξης της αγοράς. Επίσης, δημοσιεύτηκε ο Κανονισμός που αφορά την κατανομή ενισχύσεων του 2014. Οι τέσσερις πρώτοι κανονισμοί που ακολουθούν αποτελούν τα θεμέλια της νέας πολιτικής:

- 1) Κανονισμός 1308/2013: για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των αγορών γεωργικών προϊόντων και την κατάργηση προγενέστερων κανονισμών.
- 2) Κανονισμός 1307/2013: περί θεσπίσεως κανόνων για άμεσες ενισχύσεις στους γεωργούς βάσει καθεστώτων στήριξης στο πλαίσιο της κοινής γεωργικής πολιτικής.
- 3) Κανονισμός 1305/2013: για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης.
- 4) Κανονισμός 1306/2013: σχετικά με τη χρηματοδότηση, τη διαχείριση και την παρακολούθηση της κοινής γεωργικής πολιτικής και την κατάργηση προγενέστερων κανονισμών.
- 5) Κανονισμός 1310/2013: σχετικά με τη θέσπιση ορισμένων μεταβατικών διατάξεων για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης⁴.

Βασική καινοτομία της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής που τέθηκε σε ισχύ το 2014 είναι η αντικατάσταση του καθεστώτος της ενιαίας ενίσχυσης με το νέο καθεστώς της βασικής ενίσχυσης. Ο εθνικός φάκελος για την πολιτική αυτή προβλέπει μεταξύ άλλων ότι το ύψος των ενισχύσεων θα είναι στρεμματικό και ανάλογο με το είδος του προϊόντος για τους αγρότες. Ειδικά οι ελαιοπαραγωγοί θα ενισχυθούν με 100.000.000€ που αφορά στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές. Η χώρα δεν αποτελεί πλέον μια ενιαία περιφέρεια αλλά διαιρείται σε

⁴ Pd221_1979_elies.pdf

τρεις. Προβλέπεται η κατανομή σε βοσκοτόπους (17.800.000 στρέμματα), καλλιεργήσιμες εκτάσεις (20.000.000 στρέμματα) και δέντρωνες (9.700.000 στρέμματα). Με το σύστημα που θέτει σε εφαρμογή το εθνικό σχέδιο 2014-2020 για τις αγροτικές επιδοτήσεις, ο αγρότης θα λαμβάνει ενίσχυση με βάση τις παραγωγικές επιλογές του και τα συστήματα ποιότητας που θα χρησιμοποιεί, αξιοποιώντας την εκμετάλλευση και το είδος των συνδεδεμένων ενισχύσεων⁵. Έτσι, θα βελτιώνει το εισόδημά του δημιουργώντας οικονομίες κλίμακας, επενδύοντας στη συνεργασία και τις κατάλληλες σχέσεις εμπορίας και γεωργίας. Το ύψος της επιδότησης θα καθορίζεται πλέον από το είδος της παραγωγής, την περιοχή στην οποία καλλιεργείται το προϊόν, τις περιβαλλοντικές πρακτικές και την κατηγορία του αγρότη. Κάθε χρόνο οι αγρότες θα μοιράζονται 2 δισ. ευρώ που αποτελούν μέρος των άμεσων ενισχύσεων. Η ενίσχυση θα αποτελεί δηλαδή το 84% του συνόλου που θα μπορεί να πάρει ένας γεωργός. Αυτό χαρακτηρίζεται και ως ελάχιστο εγγυημένο εισόδημα. Επιδοτήσεις δικαιούνται μόνο οι ενεργοί αγρότες και αποκλείονται εκείνοι που αφήνουν ακαλλιέργητη πάνω από το 50% της γης τους. Για τους νέους αγρότες προβλέπεται ποσό επιπλέον 25% επί της βασικής ενίσχυσης μέχρι 25 εκτάρια και θα διατεθεί το μέγιστο προβλεπόμενο από τις κοινοτικές διατάξεις ποσοστό του εθνικού φακέλου. Νέοι αγρότες θεωρούνται οι μέχρι 40 ετών όταν αναλαμβάνουν γεωργική εκμετάλλευση.

Σε ισχύ τέθηκαν οι Κανονισμοί Απονομής του Ελληνικού Σήματος στο Εξαιρετικό Παρθένο και στο Παρθένο Ελαιόλαδο και στις Επιτραπέζιες Ελιές, που θεσπίστηκαν με κοινές αποφάσεις των Υπουργών Οικονομίας και Ανάπτυξης και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων τον Ιούνιο του 2017 και καθιερώνουν ενιαίες αρχές και διαδικασίες για τον έλεγχο και την απονομή του Ελληνικού Σήματος.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή⁶, τον Ιούνιο του 2018, έδωσε στη δημοσιότητα τις νομοθετικές προτάσεις της που αφορούν την Κοινή Αγροτική Πολιτική για την περίοδο 2021-2027, η οποία δίνει έμφαση στον ενεργό αγρότη. Σύμφωνα με την πρότασή της, για το νέο πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο προβλέπεται

⁵ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/109/el-primer-pilar-de-la-politica-agricola-comun-pac-ii-los-pagos-directos-a-las-ex>

⁶ <https://m.naftemporiki.gr/story/1414520>

συνολικά το ποσό των 365 δισ. ευρώ σε τρέχουσες τιμές όπου είναι μειωμένο κατά 5% σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο 2014-2020. Όσον αφορά την Ελλάδα, για την περίοδο 2021-2027, θα λάβει το ποσό των 16,229 δισ. ευρώ, όπου τα 12,668 δισ. ευρώ θα αφορούν άμεσες ενισχύσεις, τα 391 εκατ. τη στήριξη της αγοράς και τα 3,170 δισ. την αγροτική ανάπτυξη⁷. Όμως, η έγκριση των προτάσεων και ο χρόνος που χρειάζεται για την εφαρμογή τους, εκτιμάται ότι θα ξεπεράσει τα χρονοδιαγράμματα και το νέο σύστημα κατανομής των πόρων για τη γεωργία θα εφαρμοστεί μετά το 2023.

2.3 Ταυτότητα και ιδρυτές του επενδυτικού σχεδίου

Η υπό ίδρυση επιχείρηση θα απαρτίζεται από τους ιδρυτές και τους επενδυτές, οι οποίοι είναι: ο Α., ο οποίος κατέχει το 30% του μετοχικού κεφαλαίου. Ο Β. που κατέχει το 25%, ο Γ. με ποσοστό 25% και τέλος, ο Δ. με 20% του μετοχικού κεφαλαίου στην κατοχή του. Το βιογραφικό τους αναφέρεται παρακάτω στο κεφάλαιο 7 της παρούσας μελέτης.

⁷ <http://www.agrotikianaptixi.gr/el>

2.4 Ιστορικό του προγράμματος

Αφορμή για τη δημιουργία της μονάδας συσκευασίας ελαιόκαρπου αποτέλεσε η αγάπη των ιδρυτών της για την ελιά, καθώς κατάγονται από ένα κατεχοχόν αγροτικό χωριό και μεγάλωσαν μέσα σε αυτό το περιβάλλον κοντά στις ελαιοκαλλιέργειες. Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε και η αύξηση της ζήτησης σε συσκευασμένα ποιοτικά προϊόντα ελαιόκαρπου τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό. Για να τεθεί σε δημιουργία το σχέδιο αυτό και να ιδρυθεί η «OliveGreen», μελετήθηκαν οι κλαδικές μελέτες για τον ελαιόκαρπο προηγούμενων ετών και τα οικονομικά στοιχεία που δίνουν πληροφορίες για την πορεία του προϊόντος. Μέσα από τις πηγές αυτές παρατηρήθηκε ότι η επιτραπέζια ελιά έχει μεγάλη ζήτηση, γεγονός που έδωσε το κίνητρο στους ιδρυτές να προχωρήσουν στη δημιουργία της επιχείρησης.

2.5 Προμελέτη σκοπιμότητας

Η προμελέτη σκοπιμότητας θα πραγματοποιηθεί από την εταιρεία “Plan A.E.”. Από τα μέλη ασχολήθηκαν οι : Β., Οικονομολόγος και Ε., Consulting Manager. Ωστόσο, η τελική απόφαση για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου πάρθηκε από το διευθυντή, τον Α.

2.6 Κόστος εκπονήσεως της προμελέτης και των σχετικών ερευνών

Η εταιρεία "Plan A.E." ανέλαβε την υλοποίηση της προμελέτης σκοπιμότητας. Το κόστος της συσχετίζεται με το κόστος της επένδυσης. Προκειμένου να ολοκληρωθεί η μελέτη χρειάστηκε να γίνουν κάποια ταξίδια και έρευνες στην αγορά ώστε να υπάρχει μία εμπειριστατωμένη άποψη. Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζεται το κόστος των προεπενδυτικών μελετών και ερευνών.

Πίνακας 2. 1: Κόστος προ-επενδυτικών μελετών και ερευνών

Περιγραφή	Κόστος (€)
Μελέτη σκοπιμότητας	4.000
Έρευνες-Ταξίδια	1.500
Προπαρασκευαστικές έρευνες	1.000
Σύνολο	6.500

Κεφάλαιο 3 Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ

3.1 Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της

3.1.1 Προϊόν

Η παρούσα μελέτη αφορά την ίδρυση μονάδας συσκευασίας ελαιόκαρπου στην περιοχή ενός χωριού της Πελοποννήσου, που ονομάζεται Γεράκι Λακωνίας. Η ιδέα για τη δημιουργία και πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου αυτού προέκυψε έπειτα από αύξηση της ζήτησης σε συσκευασμένα ποιοτικά προϊόντα ελαιόκαρπου τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό, αλλά και στην καταξίωσή τους στις αγορές του εξωτερικού σαν προϊόντα ανώτερης ποιότητας.

Η ελιά αποτελεί ένα από τα τρόφιμα που προτιμούν αρκετά οι Έλληνες και μάλιστα θεωρείται βασικό τρόφιμο της Μεσογειακής διατροφής. Η ολοένα και μεγαλύτερη κατεύθυνση του κόσμου σε ένα υγιεινό πρότυπο διατροφής τα τελευταία χρόνια έχει ως συνέπεια την αύξηση της ζήτησης προϊόντων τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και στις αγορές του εξωτερικού. Παράλληλα, η ανάγκη για την ανάδειξη των υψηλά ποιοτικών συσκευασμένων ελαιόκαρπων με χώρα παραγωγής την Ελλάδα αποτελεί ένα από τα κίνητρα για την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

Ο ελαιόκαρπος αποτελεί το «φρούτο» του ελαιόδεντρου και έχει ποικίλα θρεπτικά συστατικά και βιταμίνες, ενώ παράλληλα διαθέτει υψηλή περιεκτικότητα σε μονοακόρεστα λιπαρά που δρουν προστατευτικά απέναντι στην καρδιά και ρίχνουν τα επίπεδα της χοληστερόλης και την LDL. Γι' αυτό το λόγο αποτελούν πηγή υψηλής ενέργειας και περιέχουν μικρή περιεκτικότητα σε υδατάνθρακες (4-6% περίπου) και σημαντικές ποσότητες βιταμινών E, A και καροτενοειδών. Αξιοσημείωτη είναι η περιεκτικότητα των ελιών σε ασβέστιο, χαλκό σίδηρο, μαγγάνιο και ψευδάργυρο και σε ισχυρές αντιοξειδωτικές ουσίες όπως η τυροσόλη, ελευρωπαίνη, ελαιοκανθάλησκουαλένιο και υδροτυροσόλη. Οι αντιοξειδωτικές ουσίες αυτές βοηθούν στην προστασία από το στρες και προστατεύουν τον ανθρώπινο οργανισμό από τη φθορά.

3.1.2 Ορισμός επιτραπέζιας ελιάς

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου, ως επιτραπέζια ελιά θεωρείται «το προϊόν που παρασκευάζεται από τους υγιείς καρπούς ποικιλιών καλλιεργούμενων ελαιόδεντρων, που επιλέγονται για την παραγωγή ελιών, οι οποίες είναι κατάλληλες για άλμευση και οι οποίες έχουν υποβληθεί στην κατάλληλη επεξεργασία ή μεταποίηση και προσφέρονται στο εμπόριο για τελική κατανάλωση»⁸. Όταν επεξεργάζεται το προϊόν χρησιμοποιούνται διάφορα υλικά ή αρτύματα και ανοικοδομείται ο φαινολικός γλυκοζίτης ελαιουρωπαίνης, ο οποίος δίνει μία πικρή γεύση κάνοντας έτσι την ελιά να μην είναι έτοιμη για άμεση κατανάλωση.

Σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών, η επιτραπέζια ελιά ανήκει στην κατηγορία προϊόντων φυτικής προέλευσης, τα οποία συντηρούνται με αλάτι, ξύδι, λάδι και οινόπνευμα, δηλαδή είναι "ημιώριμοι ή ώριμοι καρποί της ευρωπαϊκής ελιάς που διατίθενται για κατανάλωση κατόπιν επεξεργασίας και που έγιναν διατηρήσιμοι είτε με αλάτισμα, είτε τοποθετήθηκαν σε άλμη, σε ξύδι ή σε ελαιόλαδο"⁹.

Το δέντρο της ελιάς αποτελεί μέρος της οικογένειας Oleaceae και του είδους Olea europaea και είναι το μόνο που βγάζει εδώδιμους καρπούς και είναι αθάνατο εξαιτίας της πελώριας δύναμής του να επιβιώνει σε οποιαδήποτε συνθήκη, καθώς ζει περίπου 1000. Το δέντρο της ελιάς είναι αιθαλής, μακρόβιο. Συνεχώς δημιουργεί νέους καρπούς. Ο καρπός της ελιάς χρησιμοποιείται σαν πρώτη ύλη για την εξαγωγή του ελαιόλαδου σε καθαρή μορφή και αξιοποιείται ως τροφή ύστερα από επεξεργασία.

Ο κορμός της ελιάς συναντάται είτε σε σχήμα κυλίνδρου είτε όχι ανάλογα με την ηλικία του κάθε δέντρου και το φλοιό του είτε λείο και με πράσινο χρώμα ή με πιο σκοτεινό χρώμα. Το ξύλο της ελιάς μπορεί να παρουσιάσει ασθένειες από μύκητες, όμως αυτό παρατηρείται στα εδάφη που είναι πιο εύκολο να εμφανίζονται βροχοπτώσεις. Ωστόσο, η ελιά είναι ανθεκτικό δέντρο και σε εδάφη με πιο λίγες βροχές και όπου υπάρχει ξηρασία. Ευδοκίμει σε περιοχές

⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex%3A22016A1028%2801%29>

⁹ ΚΩΔΙΚΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & Ποτών.pdf

ξηρές και ζεστές και μερικές φορές μπορεί να παράγει καρπό σε εδάφη που είναι άγονα. Όμως, το πιο κατάλληλο και αποδοτικό έδαφος είναι σε περιοχές που είναι γόνιμες και αρδευόμενες.

Ο καρπός όταν ανθίζει έχει πράσινο ανοιχτό χρώμα και καθώς ωριμάζει το χρώμα του γίνεται πιο σκούρο και έτσι όταν συλλέγεται από το δέντρο είναι μαύρος με μεγάλο μήκος. Το βάρος του υπολογίζεται από 1,5 - 12 γραμμάρια και χωρίζεται στο περικάρπιο μέρος που είναι ο φλοιός και το ενδοκάρπιο μέρος που είναι το κουκούτσι και ο πυρήνας. Η χημική του σύσταση υπολογίζεται ως ακολούθως: νερό 50%-70%, πρωτεΐνες 1,5%-3%, έλαιο 22%, υδατάνθρακες 19%, κυτταρίνη 6%, ανόργανες ύλες 1,5%. Είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί ότι η ελιά είναι από τα βασικότερα συστατικά της μεσογειακής διατροφής καθώς αποτελεί πηγή μονοακόρεστων λιπαρών οξέων, περιέχει φυτικές ίνες και μέταλλα και αποτελεί πηγή της βιταμίνης E και καταπολεμά την οστεοπόρωση. Η ελιά έχει ένα οξύ, το λινολεϊκό, το οποίο είναι σημαντικό για τα βρέφη που θηλάζουν, χλώριο για τη σωστή λειτουργία του ήπατος και βιταμίνες A, D, E, K για την ανάπτυξη των οστών σε άτομα μικρής και μεγάλης ηλικίας. Ακόμα, η γεύση και το άρωμα της ελιάς προέρχονται από πολυφαινόλες που διαθέτουν αντικαρκινικές και αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες.

Ελιές [στα 100 g]	Ελιές καλαμών	Ελιές Καλαμών βιολογικές	Μαύρες σταφιδελιές Κρήτης	Ελιές πράσινες τσακιστές Κρήτης	Ελιές Χαλκιδικής πράσινες
Θερμίδες σε Kcal	204	234	393	320	170
Πρωτεΐνες σε g	1,5	1,6	1,9	2,1	1,1
Υδατάνθρακες σε g	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1
Λίπη σε g	21,9	25,2	42,7	34,6	18,4
Νερό σε g	68	62,5	33,1	49,1	71,5
Φυτικές ίνες σε g	-	-	-	-	-
Βιταμίνη A σε μg	-	-	-	200	200
Ασβέστιο σε mg	71	89	76	59	94
Κάλιο σε mg	152	79	-	-	91
Μαγνήσιο σε mg	52	56	113	77	55
Νάτριο σε mg	577	787	-	-	651
Σίδηρος σε mg	2,7	5,2	6,9	-	5
Φώσφορος σε mg	248	380	352	322	260
Σελήνιο σε μg	-	-	-	4,7	-
Χρώμιο σε μg	2,3	13,5	-	-	-

Εικόνα 2. 1: Ανάλυση των συστατικών και θρεπτική αξία ελαιόκαρπου κατά ποικιλία

Πηγή: <https://eleourgiki.com/usefulinfo/health-nourishment/olive.html>

3.1.3 Κατηγορίες επιτραπέζιας ελιάς και προϊόντα Π.Ο.Π.

Στην Ελλάδα καλλιεργούνται πάνω από 200 ποικιλίες ελαιόκαρπων λόγω της ποικιλομορφίας του εδάφους. Παρακάτω αναλύονται οι πιο σημαντικές από αυτές:

- **Καλαμών:** Η κύρια και καλύτερη ποικιλία ελαιόκαρπου. Πρόκειται για ποικιλία επιτραπέζιας ελιάς ονομασίας προέλευσης. Είναι βρώσιμη που καλλιεργείται κυρίως στη Λακωνία και τη Μεσσηνία, και σε σημαντική έκταση στην ευρύτερη περιοχή του Αργινίου. Ωστόσο, η καλλιέργεια της εκτείνεται σε όλη τη χώρα με την πάροδο του χρόνου, καθώς υπάρχει μεγάλη ζήτηση από τις χώρες του εξωτερικού, όπου είναι η πιο γνωστή ποικιλία. Ο καρπός της έχει μεσαίο ή μεγάλο μέγεθος και έχει υψηλή ποιότητα. Έχει βάρος 3 - 6 γραμμάρια και μαύρο χρώμα. Συντηρείται σε άλμη ή σε ξύδι και σε διάφορους συνδυασμούς με αρωματικά φυτά και βότανα. Είναι συμπαγής και τραγανή. Τρώγονται όπως είναι σαν μεζές, σε σαλάτες και χρησιμοποιούνται σε πολλές συνταγές.
- **Κονσερβολιά:** Καλλιεργείται στην Κεντρική Ελλάδα, στην Άρτα, την Αιτωλοακαρνανία και την Άμφισσα. Ονομάζεται και μαύρη ελιά Άμφισσας που παράγεται σε άλμη. Μπορεί να αντέξει και σε κρύες περιοχές. Το σχήμα της είναι σφαιρικό και το βάρος της είναι από 5 – 8 γραμμάρια. Θεωρείται μία από τις πιο γνωστές ποικιλίες βρώσιμης ελιάς.
- **Χαλκιδικής:** Καλλιεργείται στη Χαλκιδική και λέγεται αλλιώς, και γαιδουροελιά, επειδή οι καρποί της έχουν μεγάλο μέγεθος και είναι κυλινδροκωνικοί με βάρος από 4 - 14 γραμμάρια. Το χρώμα της μπορεί να είναι πράσινο, πρασινοκίτρινο, ρόδινο και ερυθρόμαυρο.
- **Θρουμπολιά:** Καλλιεργείται στην Θάσο, την Αττική και στη Βοιωτία, τα νησιά του Αιγαίου, την Εύβοια και την Κρήτη. Ο καρπός έχει χαλκοπράσινο χρώμα και γλυκιά γεύση. Αυτό που την ξεχωρίζει είναι ότι στη σάρκα της μεγαλώνει ο μύκητας *rhomaoleae*, ο οποίος δίνει το ένζυμο που υδρολύει την πικρή ελαιουρωπαΐνη. Ευδοκίμει σε γόνιμα εδάφη και το πόσο αποδοτικός θα είναι ο καρπός της εξαρτάται από τις μεθόδους που θα χρησιμοποιήσει ο παραγωγός κατά την καλλιέργεια.

Το 30% περίπου της παραγωγής της επεξεργάζεται και μας δίνει το ελαιόλαδο.

- **Μεγαρίτικη:** Καλλιεργείται στην Αττική, την Κορινθία και τη Βοιωτία. Ο καρπός της έχει σχήμα κυλινδροκωνικό και το βάρος της υπολογίζεται από 2 - 5 γραμμάρια. Με τη Μεγαρίτικη ελιά φτιάχνονται οι ξηράλατες και οι τσακιστές.
- **Κοθρέικη:** Καλλιεργείται στην Πελοπόννησο και τη Φωκίδα. Έχει σχήμα σφαιρικό και το βάρος της είναι από 2 - 4 γραμμάρια. Το χρώμα της είναι μαύρο.¹⁰
- **Κορωνέικη:** Είναι η πιο γνωστή ποικιλία ελιάς στην Ελλάδα, αφού κατέχει το 60% της ελληνικής παραγωγής. Το μέγεθός της είναι μικρό και ωριμάζει από τον Οκτώβριο μέχρι το Δεκέμβριο. Το βάρος της είναι από 0,3 έως 1 γραμμάρια. Γενικά μπορεί να αναπτυχθεί με ελάχιστη περιποίηση και μπορεί να αντέξει σε χαμηλές θερμοκρασίες. Τέλος, είναι ο καρπός που βγάζει την καλύτερη ποιότητα λαδιού σε σχέση με άλλες ποικιλίες.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει επιβάλλει για λόγους διασφάλισης της αναγνώρισης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που έχουν ορισμένα προϊόντα κάποιων περιοχών, προστατευόμενες κατηγορίες προϊόντων με χρησιμοποιούμενη ένδειξη Π.Ο.Π. (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης). Για να αναγνωρίζονται με την ένδειξη Π.Ο.Π., τα προϊόντα πρέπει να παράγονται, να επεξεργάζονται και να μεταποιούνται σε μια οριοθετημένη περιοχή που διαθέτει και αναγνωρισμένη μέθοδο-πρακτική (know-how). Όσον αφορά τις παραγόμενες επιτραπέζιες ελιές της χώρας, έχουν αναγνωρισθεί επίσημα και κατοχυρωθεί, βάσει σχετικών κανονισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα παρακάτω προϊόντα με την ένδειξη Π.Ο.Π.:

- 1) Ελιά Καλαμάτας
- 2) Κροκεές Λακωνίας

¹⁰ <https://daster.gr/%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CF%82-%CE%BF%CE%B9-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%AC%CF%82/>

- 3) Πετρίνα Λακωνίας
- 4) Κονσερβολιά Αμφίσσης
- 5) Κονσερβολιά Άρτα
- 6) Κονσερβολιά Αταλάντης
- 7) Κονσερβολιά Ροβιών
- 8) Κονσερβολιά Στυλίδας
- 9) Κονσερβολιά Πηλίου Βόλου
- 10) Θρούμπα Θάσου
- 11) Θρούμπα Χίου
- 12) Θρούμπα Αμπαδιάς Ρεθύμνης Κρήτης
- 13) Πράσινες ελιές Χαλκιδικής¹¹



Εικόνα 2. 2: Παραγωγή ελαιόκαρπου ανά γεωγραφικές περιφέρειες

Πηγή: https://olivetreeroute.gr/wp-content/uploads/Studies_Publications_017b.pdf

¹¹ <http://sevitel.gr/%cf%80%ce%bf%cf%80---%cf%80%ce%b3%ce%b5.html>

3.1.4 Η συγκομιδή της ελιάς

Η συγκομιδή της ελιάς ξεκινά περίπου από τα τέλη Οκτωβρίου με αρχές Νοεμβρίου και σταματά στα μέσα Ιανουαρίου. Η έναρξη και η λήξη της συγκομιδής εξαρτάται από την ωρίμανση του καρπού. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί κάποια δέντρα να χρειάζεται να μαζευτούν στα μέσα Νοεμβρίου. Όταν ο καρπός είναι έτοιμος, οι ελαιοπαραγωγοί με τα κατάλληλα εργαλεία και μηχανήματα τον συλλέγουν. Τα μηχανήματα αυτά είναι η λανάρα και ο δονητής, τα οποία βοηθούν στο να πέσει ο καρπός από το δέντρο στη γη. Παλαιότερα, οι παραγωγοί χρησιμοποιούσαν το λανάρι, ένα πιο μικρό εργαλείο, που απαιτούσε περισσότερη προσπάθεια και συνεπώς κούραση. Κάτω στο έδαφος και δίπλα από τον κορμό του δέντρου στρώνουν τη λιοπάννα που είναι σαν δίκτυ και πάνω στην οποία πέφτει ο ελαιόκαρπος. Στη συνέχεια τη μαζεύουν και με τη βοήθειά της ρίχνουν το καρπό μέσα σε ειδικά τελάρα ή μεγάλα σακιά ειδικά για την αποθήκευση. Ο κάθε παραγωγός διαθέτει διαλογείς μέσω των οποίων περνάει τον καρπό με σκοπό να διαχωριστεί από τα φύλλα του αλλά και να τον διαχωρίσει σε ξεχωριστά τελάρα ανάλογα με το σχήμα του και το μέγεθός του. Τέλος, αποθηκεύει τον ελαιόκαρπο σε μεγάλες λούμπες και τον διατηρεί εκεί με αλάτι έως ότου έρθει η ώρα της πώλησης. Εναλλακτικά, ο ελαιοπαραγωγός πηγαίνει τους καρπούς σε ελαιοτριβεία όπου ακολουθείται η ίδια διαδικασία διαχωρισμού με τους καρπούς τελικά να μένουν στο ελαιοτριβείο και τον ελαιοπαραγωγό να λαμβάνει το ποσό που του αναλογεί, βασισμένο στην τιμή της ελιάς εκείνη την περίοδο. Πιο συγκεκριμένα, για τους ελαιόκαρπους που καταλήγουν στον καταναλωτή θα ισχύουν ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Ο καρπός της επιτραπέζιας ελιάς καλαμών έχει μεσαίο ή μεγάλο μέγεθος, βάρος 3 - 6 γραμμάρια και μαύρο χρώμα. Συντηρείται σε άλμη ή σε ξύδι και σε διάφορους συνδυασμούς με αρωματικά φυτά και βότανα. Είναι συμπαγής και τραγανή. Η ποικιλία κορωνέϊκη περιλαμβάνει πράσινες, μαύρες και ξανθές ελιές. Αντέχει γενικά σε χαμηλές θερμοκρασίες και το τελικό προϊόν της επεξεργασίας της είναι η μαύρη ελιά Άμφισσας σε άλμη. Τέλος, η ποικιλία κονσερβολιά έχει μέγεθος μικρό και ωριμάζει από τον Οκτώβριο μέχρι το Δεκέμβριο. Το βάρος της είναι από 0,3 έως 1 γραμμάρια. Γενικά μπορεί να αναπτυχθεί με ελάχιστη περιποίηση και μπορεί να αντέξει σε χαμηλές θερμοκρασίες.

3.2 Ανταγωνιστές

Στον κλάδο των επιτραπέζιων ελιών δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων. Ανάλογα με τη δραστηριότητά τους διακρίνονται σε επιχειρήσεις επεξεργασίας επιτραπέζιων ελιών, σε επιχειρήσεις τυποποίησης επιτραπέζιων ελιών και σε επιχειρήσεις και των δύο προαναφερόμενων σταδίων. Υπάρχουν επιχειρήσεις που επεξεργάζονται ή και τυποποιούν τους ελαιόκαρπους εκ μέρους κάποιων άλλων και υπάρχουν και κάποιες που δραστηριοποιούνται μόνο στο χονδρικό εμπόριο βρώσιμων ελιών. Στην Ελλάδα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων παρουσιάζει μεγάλη και αποτελεσματική δραστηριότητα στο εξωτερικό αφού κατέχει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων που παράγεται σε αγορές του εξωτερικού, σε χύμα ή τυποποιημένη μορφή. Παρακάτω αναφέρονται κάποιες από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο κλάδο των επιτραπέζιων ελιών.

- **INTERCOMM FOODS S.A.:** Ιδρύθηκε το 1990 και έχει ως έδρα τη Λάρισα. Είναι μία από τις κορυφαίες ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις, με μεγάλη εμπειρία στα προϊόντα PRIVATE LABEL, και κυριότερο το DELPHI. Η εταιρεία διαθέτει δύο τμήματα εργοστασίων, το OLIVE και το FRUIT. Με σύγχρονες εγκαταστάσεις και εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας αποτελεί ηγέτιδα εταιρεία στο χώρο της ελιάς με υψηλά επιχειρησιακά πρότυπα.
- **KONSTANTOPOULOS S.A. "OLYMP":** Η εταιρεία κατέχει ηγετική θέση παγκοσμίως στην παραγωγή και διεθνή εμπορία επιτραπέζιων ελιών και εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου με εμπειρία πάνω από 60 χρόνια. Οι εγκαταστάσεις της βρίσκονται στην Κατερίνη και την Καλαμάτα. Επενδύει σε R&D συνεχώς και σε νέες τεχνολογίες παραγωγής. Προάγει την καινοτομία και προσφέρει εκλεκτές ελληνικές γεύσεις σε πάνω από 50 χώρες.
- **ΑΓΡΟΒΙΜ Α.Ε.:** Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1964, στην Καλαμάτα σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις και διατηρεί τμήμα εξαγωγών στην Αθήνα. Συσκευάζει και εμπορεύεται ελαιόλαδο, βρώσιμες ελιές, ξηρά σύκα και ξύδι. Έχει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε περισσότερες από 50

χώρες σε όλο τον κόσμο και παρουσία στην εγχώρια αγορά σε αλυσίδες σούπερ μάρκετς.

- **TRIPSAS S.A.:** Στο Αίγιο το 1952, ιδρύεται η εταιρεία TRIPSAS S.A.. Δραστηριοποιείται στην επεξεργασία, τυποποίηση και διάθεση προϊόντων ελιάς και είναι μία από τις μεγαλύτερες εξαγωγικές εταιρείες στην Ελλάδα. Λόγω της ικανότητάς της να συνδυάζει εξειδικευμένες γνώσεις που απορρέουν από τη μακροχρόνια παράδοση και εμπειρία, πρωτοστατεί στον τομέα των μεταποιημένων και συσκευασμένων ελιών.
- **ΛΕΛΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Α.Ε.:** Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1989 στην Καλαμάτα και σύντομα τα προϊόντα της έγιναν γνωστά διότι συσκευάζει τις ελιές σε σακούλες αλουμινίου με την προσθήκη εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου. Το 2013 συγχωνεύτηκε με την ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΗ ΤΡΟΦΙΜΑ ΕΠΕ. Το εργοστάσιο διαθέτει 4 γραμμές παραγωγής για τυποποίηση ελιών, ελαιόλαδου, πάστα ελιάς και άλλων συνοδευτικών προϊόντων.
- **GAEA PRODUCTS S.A.:** Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1995 και εδρεύει στο Αγρίνιο. Βασικό χαρακτηριστικό της λειτουργίας της είναι η εφαρμογή καινοτομιών που βελτιώνουν την οικονομική και κοινωνική ευημερία και συμβάλλουν στη βιωσιμότητα και την προστασία του περιβάλλοντος.
- **KARPEA S.A.:** Είναι μία ελληνική εταιρεία με 35 χρόνια εμπειρίας στον κλάδο και ακόμα και σήμερα είναι προσηλωμένη στις ίδιες αξίες που είναι η σταθερότητα, η αξιοπιστία και η ικανοποίηση των πελατών. Η δραστηριότητά της είναι κατά κύριο λόγο εξαγωγική. Διαθέτει δικό της εργοστάσιο και στοχεύει στη συνεχή ανάπτυξη νέων προϊόντων.
- **ΟΛΥΜΠΙΑ-ΧΕΝΙΑ ΑΒΑΕ:** Η εταιρεία δραστηριοποιείται από το 1964 στην Αμαλιάδα. Το εργοστάσιο διαθέτει 2 γραμμές παραγωγής, τη γραμμή αποθήκευσης και τυποποίησης ελαιόλαδου και τη γραμμή αποθήκευσης και τυποποίησης ελιάς. Τα προϊόντα της έχουν κερδίσει διεθνή αναγνώριση.
- **Ε. ΚΑΛΑΜΙΔΑ & ΣΙΑ ΟΕ:** Είναι μία οικογενειακή επιχείρηση εμπορίας, επεξεργασίας και τυποποίησης βρώσιμων ελιών που ιδρύθηκε το 1975 στη Νέα Μουδανιά Χαλκιδικής. Ο κύριος όγκος των πωλήσεών της γίνεται σε Δανία, Σουηδία, Βέλγιο, Ιταλία, Γαλλία, Αυστραλία και Αμερική.

- **ΗΛΙΑΔΑ Α.Β.Ε.Ε.:** Δραστηριοποιείται στο χώρο της επεξεργασίας και εμπορίας επιτραπέζιων ελιών από το 1965. Τα γραφεία της βρίσκονται στην Αττική, ενώ το εργοστάσιο της στην Αιτωλοακαρνανία. Η προσεγμένη επιλογή ελιών, οι επενδύσεις που κάνει σε εξοπλισμό και στην ανάπτυξη των συσκευασιών της, καθώς και οι πιστοποιήσεις ελέγχου ποιότητας την καθιστούν μία εταιρεία με μεγάλη δύναμη.
- **UDIOGENIS OLIVES:** Ασχολείται με την επεξεργασία, μεταποίηση και συσκευασία βρώσιμης ελιάς με έδρα τον Άγιο Παντελεήμονα Χαλκιδικής. Φιλοσοφία της εταιρείας είναι η υψηλής ποιότητας παραγωγή και τυποποίηση των αγροτικών προϊόντων. Εφαρμόζει συστήματα διαχείρισης ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων και θεωρείται μία από τις πιο σύγχρονες επιχειρήσεις συσκευασίας ελιάς Χαλκιδικής.

Ενδεικτικά, αναφέρονται οι πωλήσεις 2 από των μεγαλύτερων εταιρειών στην επεξεργασία, τυποποίηση και εξαγωγή επιτραπέζιων ελιών. Είναι η «Intercomm Foods S.A.» με πωλήσεις 81.316.554€, το 2017 και η «Konstantopoulos S.A. "Olymp"» με πωλήσεις 41.665.905€, το 2017.

3.3 Πελάτες

Το μέγεθος της αγοράς της επιτραπέζιας ελιάς είναι πολύ διευρυμένο καθώς οι βιομηχανίες απευθύνονται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό χωρίς ιδιαίτερες διακρίσεις. Επομένως, σαν πελάτες της αγοράς της επιτραπέζιας ελιάς μπορούν να θεωρηθούν όλα τα άτομα ανεξαρτήτου φύλου, φυλής, ηλικίας, βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου. Οι πελάτες αυτοί, οι οποίοι είναι και οι τελικοί καταναλωτές του προϊόντος που θα συσκευάζει η μονάδα, ονομάζονται τελικοί πελάτες και ειδικότερα για την «OliveGreen» είναι τα νοικοκυριά, οι τουρίστες στην Ελλάδα, οι χώροι μαζικής εστίασης και οι χώροι αναψυχής. Η ελιά καταναλώνεται από άτομα όλων των ηλικιών σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας αλλά και του εξωτερικού. Από αυτά είναι εμφανές πως η αγορά είναι ιδιαίτερα μεγάλη.

Πιο συγκεκριμένα αναλύονται παρακάτω οι πελάτες στους οποίους απευθύνεται το προϊόν:

- **Νοικοκυριά:** τα οποία ακολουθούν μία υγιεινή μεσογειακή διατροφή είτε για λόγους υγείας είτε για λόγους πρόληψης: Η οικογένεια αποτελεί τη βασική κατηγορία καταναλωτών επιτραπέζιας ελιάς. Κάθε οικογένεια δαπανά ένα μεγάλο ποσοστό από το εισόδημά της για την αγορά τροφίμων. Εδώ παρατηρείται μία σύγκριση μεταξύ αστικών και αγροτικών νοικοκυριών. Τα αστικά νοικοκυριά καταναλώνουν περισσότερο συσκευασμένες ελιές από σούπερ μάρκετς. Τα αγροτικά νοικοκυριά καταναλώνουν λιγότερο συσκευασμένες ελιές, καθώς πολλοί καλλιεργούν τα δικά τους ελαιόδεντρα και έχουν τη δική τους παραγωγή. Επίσης, οι ελιές έχουν πολλά οφέλη για την υγεία, όπως είναι τα καρδιαγγειακά οφέλη, η βοήθεια στη μείωση του βάρους, η πρόληψη του καρκίνου, η υγεία του δέρματος και των μαλλιών και η αύξηση των επιπέδων γλουταθειόνης στο αίμα. Έτσι, πολλές μητέρες επιδιώκουν την κατανάλωση των ελιών από τα παιδιά τους αλλά και από όλη την οικογένεια γενικότερα. Επομένως, η επιτραπέζια ελιά κατέχει δεσπίζουσα θέση στην κουζίνα της νοικοκυράς.
- **Τουρίστες στην Ελλάδα:** Ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και είναι ένας τομέας όπου πολλές

επιχειρήσεις προσπαθούν να εισέλθουν. Σε όλο τον κόσμο είχε γνωστή η επιτραπέζια ελιά και παρόλο που υπάρχει και σε άλλες χώρες, η ελληνική είναι αυτή που ξεχωρίζει. Έτσι, όλοι οι τουρίστες από όλα τα μέρη του κόσμου με την είσοδο τους στην Ελλάδα επιδιώκουν να δοκιμάσουν την επιτραπέζια ελιά και φυσικά το ελληνικό εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο. Πολλοί αγοράζουν και για να το πάρουν μαζί τους στη χώρα τους. Επομένως, οι τουρίστες αποτελούν μία σημαντική ομάδων πελατών, που αξίζει κάθε επιχείρηση να επενδύει.

- **Χώροι μαζικής εστίασης και αναψυχής:** Ως άμεσοι πελάτες της επιτραπέζιας ελιάς θεωρούνται χώροι όπου παρατηρείται υψηλή συγκέντρωση πληθυσμού και προσφέρεται φαγητό. Ως τέτοιοι χώροι μπορούν να χαρακτηριστούν τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία, οι εταιρείες catering κ.ά. Οι πελάτες αυτοί, όπως και οι ενδιάμεσοι, προμηθεύονται τα προϊόντα τους σε εβδομαδιαία ή μηνιαία βάση. Αυτό που διαφέρει είναι η ποσότητα της επιτραπέζιας ελιάς και το μέγεθος της συσκευασίας της που για κάθε πελάτη έχει ήδη συμφωνηθεί.

3.4 Κανάλια διανομής

Η επιχείρηση μπορεί να προμηθεύσει την επιτραπέζια ελιά είτε μέσω προμηθευτών/συνεργατών είτε ανεξάρτητα. Η επιχείρηση θα συνεργαστεί με χονδρέμπορους στέλνοντας τα προϊόντα κατευθείαν σε αυτούς. Οι ελαιόκαρποι που θα είναι συσκευασμένοι, θα προωθούνται στο λιανικό εμπόριο και στην εστίαση είτε απευθείας ή μετά την τοποθέτηση της ετικέτας τους.

Σχετικά με τη συνεργασία με τους χονδρεμπόρους, αυτοί προμηθεύονται συσκευασμένους ελαιόκαρπους κάτω από το δικό τους Brand Name. Σύμφωνα με αυτή την έμμεση διαδικασία πώλησης (μεταπώληση), οι μεσάζοντες που αγοράζουν την παραγόμενη ποσότητα και αναλαμβάνουν να την μεταπωλήσουν αμείβονται είτε με προμήθεια επί της αξίας του εμπορεύματος είτε με περιθώριο κέρδους μεταξύ της τιμής αγοράς και της τιμής πώλησης. Επίσης, η επιχείρηση θα διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα από όπου ο καταναλωτής θα μπορεί να παραγγείλει το προϊόν που επιθυμεί, σε όποια συσκευασία θέλει, οποιαδήποτε ώρα και στιγμή. Το προϊόν θα παραδίδεται στον τόπο επιλογής του πελάτη μέσω του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας. Καθώς το διαδίκτυο εισχωρεί κάθε μέρα και περισσότερο στις ζωές όλων, το κανάλι αυτό θα διευκολύνει τον καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις HO.RE.CA (Hotels, Restaurants and Caterings) αποτελούν σημαντικό κανάλι διανομής, καθώς σε πολλά εστιατόρια σερβίρουν πριν το φαγητό ελιές για την αρχή του γεύματος. Πολλές από τις συνταγές των σεφ περιέχουν την ελιά. Επίσης, τα ξενοδοχεία ευνοούν την κατανάλωση της ελιάς στα μπουφέ των εστιατορίων τους. Στόχο αποτελούν και οι τουρίστες που θα φιλοξενοούνται στα ξενοδοχεία. Θα μπορούν να γευτούν την επιτραπέζια ελιά και έπειτα θα μπορούν να την αγοράσουν από το χώρο του ξενοδοχείου, όπου θα διατίθεται.

3.5 Προμηθευτές

Οι προμηθευτές όλων των επιχειρήσεων που σχετίζονται με την ελιά είναι οι ελαιοπαραγωγοί που την καλλιεργούν. Οι περισσότεροι ελαιοπαραγωγοί βρίσκονται στην Κρήτη και την Πελοπόννησο και συγκεκριμένα στη Λακωνία και τη Μεσσηνία. Την εν λόγω επιχείρηση θα προμηθεύουν οι παραγωγοί της Πελοποννήσου, και μάλιστα της Λακωνίας, καθώς τα ελαιοτριβεία της περιοχής. Προμηθευτές της επιχείρησης θα είναι και οι μεσίτες που θα αγοράζουν το προϊόν από τους ελαιοπαραγωγούς και εν συνεχεία θα το πωλούν στην επιχείρηση. Οι μεσίτες βρίσκονται σε πολλά χωριά της Λακωνίας που σημαίνει ότι η ποσότητα του προϊόντος θα είναι μεγαλύτερη. Η επιχείρηση έχει ως στόχο την κατάκτηση ολοένα και μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά προκειμένου να εξελιχθεί όσο περισσότερο μπορεί. Τέλος, η επιχείρηση θα είναι σε συνεχή επικοινωνία με τους προμηθευτές για να είναι σίγουρη ότι οι χρόνοι παράδοσης θα είναι αυτοί που πρέπει και η ποιότητα του ελαιόκαρπου θα είναι άριστη ώστε να μην υπάρχει περιθώριο λάθους.

3.6 Ανάλυση εγχώριας αγοράς

3.6.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης

Ο ελαιόκαρπος είναι ένα από τα σημαντικότερα συστατικά της μεσογειακής διατροφής. Η ζήτησή του αποτελείται από πολλούς παράγοντες που καθορίζουν την τρέχουσα και μελλοντική εξέλιξή του και επηρεάζεται από το πώς θα εξελιχθεί ο πληθυσμός και τις διατροφικές του συνήθειες. Παρακάτω δίνονται ορισμένοι από τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του προϊόντος.

- **Τιμή:** Η τιμή του ελαιόκαρπου παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις από έτος σε έτος, αλλά και από μήνα σε μήνα, κυρίως λόγω των μεταβολών που εμφανίζει η προσφορά ανάλογα και με τις καιρικές συνθήκες. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., ο μέσος ετήσιος δείκτης τιμών για τις ελιές κυμάνθηκε από το 2010 μέχρι το 2014 σε επίπεδα χαμηλότερα του μέσου γενικού δείκτη τιμών. Ήταν μία περίοδος δύσκολη οικονομικά για τη χώρα και γι' αυτό παρατηρήθηκε αυτή η πτώση των τιμών. Μία σημαντική αύξηση της τιμής ενδέχεται να στρέψει τους καταναλωτές με χαμηλό εισόδημα σε άλλα προϊόντα.
- **Κατά κεφαλήν εισόδημα:** Η επιτραπέζια ελιά είναι ένα προϊόν που συνήθως δεν λείπει από κανένα νοικοκυριό λόγω της παράδοσης και της επιλογής μιας υγιεινής διατροφής. Ωστόσο, σε περιόδους κρίσης μπορεί η ζήτηση να είναι ελάχιστα μειωμένη κυρίως σε αστικές περιοχές, διότι στις αγροτικές περιοχές το κύριο επάγγελμα των κατοίκων είναι η ενασχόληση με την καλλιέργεια της ελιάς.
- **Συσκευασία:** Η συσκευασία αποτελεί σπουδαίο παράγοντα καθορισμού της ζήτησης της επιτραπέζιας ελιάς. Η επιτραπέζια ελιά διατίθεται στην αγορά χύμα, σε γυάλινα βαζάκια, σε βαρέλια, σε σακούλες αεροστεγώς κλειστές και σε πλαστικές σακούλες. Συνήθως, οι καταναλωτές επιλέγουν συσκευασίες που δεν αλλοιώνουν τη γεύση και την ποιότητα του προϊόντος και αποθηκεύονται εύκολα. Πολλοί είναι οι καταναλωτές που εκτός από την ποιότητα, δίνουν σημασία και στην εμφάνιση της συσκευασίας που θα επιλέξουν. Τέλος η κάθε συσκευασία πρέπει να έχει επάνω πληροφορίες όπως είναι η

ημερομηνία λήξης του προϊόντος, η επωνυμία και η διεύθυνση της εταιρίας, το καθαρό βάρος του προϊόντος και η μέθοδος επεξεργασίας του.

- **Διαφήμιση:** Στην αύξηση της ζήτησης της επιτραπέζιας ελιάς συντελεί και η προβολή του εν λόγω προϊόντος τόσο στο εξωτερικό όσο και στην εγχώρια αγορά, η οποία πραγματοποιείται από επιχειρήσεις επεξεργασίας και τυποποίησης. Κύριο μέσο προβολής του ελαιόκαρπου αποτελεί η τηλεόραση, ακολουθεί το διαδίκτυο και μετά τα περιοδικά και οι εφημερίδες. Τα τελευταία χρόνια σημαντικό μέσο προβολής αποτελεί το διαδίκτυο. Όλες σχεδόν οι επιχειρήσεις του κλάδου έχουν τη δική τους ιστοσελίδα και προβάλλουν τα προϊόντα τους και τη δραστηριοποίηση της εταιρείας τους. Οι επιχειρήσεις δαπανούν υψηλά ποσά σε διαφημιστικές καμπάνιες, δίνοντας στον καταναλωτή καινοτόμα μηνύματα που έχουν ως σκοπό την προσέγγισή του και την αύξηση του μεριδίου αγοράς τους.
- **Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά:** Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά της επιτραπέζιας ελιάς είναι το χρώμα, η γεύση και το άρωμα. Ο κάθε καταναλωτής επιλέγει διαφορετικά αφού έχει διαφορετική άποψη. Κάποιοι προτιμούν πράσινες ελιές, άλλοι ελιές καλαμών με πιο σκούρο χρώμα και άλλοι με πιο ανοιχτό χρώμα. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά πρέπει να είναι σύμφωνα με κάποιους κανονισμούς, όπως είναι αυτοί του κώδικα τροφίμων και ποτών σύμφωνα με τον Κανονισμό 178/2002 και προστατεύονται από το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Προστατευόμενης Γεωγραφικής Θέσης.
- **Ποιότητα:** Η ποιότητα φαίνεται να διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στον προσδιορισμό της ζήτησης, δηλαδή το προϊόν που συσκευάζεται δεν πρέπει να έχει αρκετά συντηρητικά και αρκετή επεξεργασία. Οι καταναλωτές επιλέγουν προϊόντα πιστοποιημένης ποιότητας. Γι' αυτό και όλες οι επιχειρήσεις του κλάδου πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην πρώτη ύλη που χρησιμοποιούν. Αναλυτικότερα πρέπει να τηρούνται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος. Ο καρπός της επιτραπέζιας ελιάς καλαμών έχει μεσαίο ή μεγάλο μέγεθος, βάρος 3 - 6 γραμμάρια και μαύρο χρώμα. Συντηρείται σε άλμη ή σε ξύδι και σε

διάφορους συνδυασμούς με αρωματικά φυτά και βότανα. Είναι συμπαγής και τραγανή. Η ποικιλία κορωνέϊκη περιλαμβάνει πράσινες, μαύρες και ξανθές ελιές. Αντέχει γενικά σε χαμηλές θερμοκρασίες και το τελικό προϊόν της επεξεργασίας της είναι η μαύρη ελιά Άμφισσας σε άλμη. Τέλος, η ποικιλία κονσερβολιά έχει μέγεθος μικρό και ωριμάζει από τον Οκτώβριο μέχρι το Δεκέμβριο. Το βάρος της είναι από 0,3 έως 1 γραμμάρια. Γενικά μπορεί να αναπτυχθεί με ελάχιστη περιποίηση και μπορεί να αντέξει σε χαμηλές θερμοκρασίες.

- **Διατροφική αντίληψη:** Οι διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων των ανεπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών, μεταβάλλονται σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Τις τελευταίες δεκαετίες, οι καταναλωτές στρέφονται προς έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής και έτσι επιλέγουν προϊόντα υγιεινά με πολλά θρεπτικά συστατικά, όπως είναι η επιτραπέζια ελιά. Είναι πλούσιες σε πολύτιμες ουσίες με αντιοξειδωτική δράση που μειώνουν το στρες και προστατεύουν το σώμα και είναι αξιοσημείωτο ότι η κάθε ποικιλία διαφέρει σε θρεπτικά συστατικά.

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζεται η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για την αγορά επιτραπέζιων ελιών. Παρατηρείται ότι η κατανάλωση του προϊόντος είναι μεγαλύτερη στις αγροτικές περιοχές και το ποσοστό της αγοράς του σε σχέση με το σύνολο των αγορών ειδών διατροφής είναι χαμηλό. Ωστόσο, υπάρχει μία ανοδική πορεία από το 2016 στο 2017 για την κατανάλωση της επιτραπέζιας ελιάς.

Πίνακας 3. 1: Μέσος όρος μηνιαίων αγορών ελιών κατά αστικές και αγροτικές περιοχές (2016-2017)

Χαρακτηριστικά νοικοκυριών	Όλες οι περιοχές	Αστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές
2016 (Αξία σε €)			
Συνολικός αριθμός νοικοκυριών	4.104.187	3.325.948	778.239
Σύνολο αγορών	1.392,03	1.452,38	1.134,13
Είδη διατροφής	272,95	280,96	238,72
Ελιές χωρίς επεξεργασία	0,02	0,02	0,02
Ελιές συντηρημένες σε άλμη, λάδι, ξύδι	1,15	1,15	1,15
2017 (Αξία σε €)			
Συνολικός αριθμός νοικοκυριών	4.079.548	3.291.820	787.728
Σύνολο αγορών	1.414,09	1.473,5	1.165,81
Είδη διατροφής	273,82	279,71	249,22
Ελιές χωρίς επεξεργασία	0,02	0,03	0,01
Ελιές συντηρημένες σε άλμη, λάδι, ξύδι	1,16	1,16	1,17

Πηγή: ICAP

Πίνακας 3. 2: Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων ελιών που αποκτήθηκαν από τα νοικοκυριά κατά αστικές και αγροτικές περιοχές (2016-2017) ανά νοικοκυριό

Περιοχές	Σύνολο αγορών ελιών(gr)	Ελιές από δική τους παραγωγή(gr)
2016 (Ποσότητα σε γραμμάρια)		
Όλες οι περιοχές	234,62	37,15
Αστικές περιοχές	233,89	22,98
Αγροτικές περιοχές	237,72	97,73
2017 (Ποσότητα σε γραμμάρια)		
Όλες οι περιοχές	242,80	54,59
Αστικές περιοχές	240,68	23,96
Αγροτικές περιοχές	251,63	182,58

Πηγή: ICAP

3.6.2 Προσδιορισμός μελλοντικής ζήτησης

Η ζήτηση της επιτραπέζιας ελιάς βασίζεται σε ποικίλους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν το μέγεθός της. Η ζήτηση της επιτραπέζιας ελιάς είναι μεγάλη στο εξωτερικό και στο εσωτερικό της χώρας σύμφωνα με τα στοιχεία που σχετίζονται με την κατανάλωση του προϊόντος. Ωστόσο, η πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα και ένα δύσκολο κομμάτι για μία επιχείρηση, κυρίως στην Ελλάδα όπου οι πολιτικοοικονομικοί παράγοντες δεν είναι σταθεροί. Για να μπορέσει να επιτευχθεί η πρόβλεψη της ζήτησης της επιτραπέζιας ελιάς για τα επόμενα έτη, πρέπει να υπολογιστεί η έως τώρα ζήτηση.

Πίνακας 3. 3: Υπολογισμός εγχώριας ζήτησης επιτραπέζιας ελιάς (2007-2017)

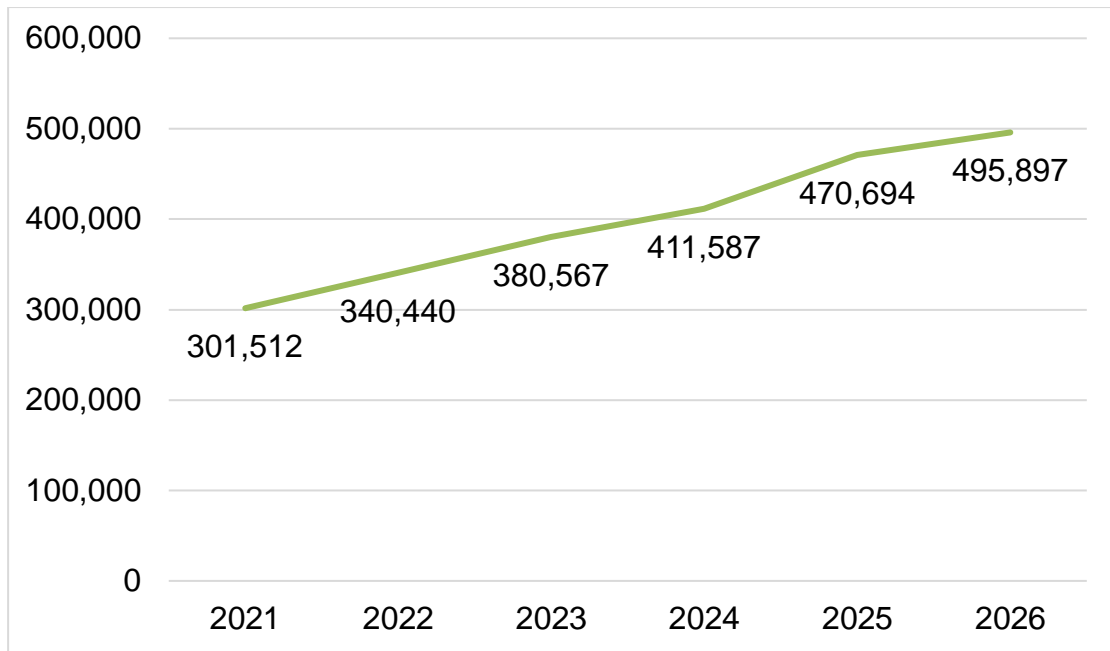
Έτος	Παραγωγή (τόνοι)	Εισαγωγές (τόνοι)	Ζήτηση (τόνοι)
2007	95.000	4.785	99.785
2008	105.000	4.831	109.831
2009	107.000	2.624	109.624
2010	135.000	5.859	140.859
2011	130.000	7.022	137.022
2012	197.000	7.898	205.095
2013	130.000	9.589	139.589
2014	249.000	10.079	259.079
2015	194.000	8.305	202.305
2016	180.000	11.541	191.541
2017	261.000	15.953	276.953

Πηγή: ICAP

Η μελλοντική ζήτηση της επιτραπέζιας ελιάς για τα έτη 2019-2024 υπολογίστηκε με τη μέθοδο προβολής της τάσης.

Πίνακας 3. 4: Πρόβλεψη εγχώριας μελλοντικής ζήτησης επιτραπέζιας ελιάς (2021-2026)

Έτος	Μελλοντική ζήτηση (τόνοι)
2021	301.512
2022	340.440
2023	380.567
2024	411.587
2025	470.694
2026	495.897



Διάγραμμα 3. 1: Προβολή της τάσης (2021-2026)

3.6.3 Εγχώρια παραγωγή

Η εγχώρια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών υπερκαλύπτει τη ζήτηση, ενώ μεγάλες ποσότητες διατίθενται σε χώρες του εξωτερικού. Το μέγεθος της εγχώριας παραγωγής επιτραπέζιων ελιών δεν είναι το ίδιο έτος με έτος διότι εξαρτάται από τις καιρικές συνθήκες που παρουσιάζονται κάθε φορά στις ελαιοπαραγωγικές περιοχές. Επίσης, χαρακτηριστικό της παραγωγής των συγκεκριμένων προϊόντων είναι η κυκλικότητα, δηλαδή η εναλλαγή μεταξύ "καλών" και "κακών" ελαιοκομικών ετών, η περίοδος της οποίας κυμαίνεται μεταξύ δύο και τριών ετών.

Πίνακας 3. 5: Εγχώρια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών (2001-2018)

Έτος	Ποσότητα (τόνοι)	Μεταβολή
2001/02	115.000	-
2002/03	117.000	1,7%
2003/04	92.000	-21,4%
2004/05	115.000	25%
2005/06	125.500	9,1%
2006/07	108.000	-13,9%
2007/08	95.000	-12%
2008/09	105.000	10,5%
2009/10	107.000	1,9%
2010/11	135.000	26,2%
2011/12	130.000	-3,7%
2012/13	197.000	51,5%

2013/14	130.000	-34%
2014/15	249.000	91,5%
2015/16	194.000	-22,1%
2016/17	180.000	-7,2%
2017/18	261.000	45%

Πηγή: ICAP

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, η συνολική παραγωγή επιτραπέζιων ελιών παρουσίασε μείωση 7,2% την περίοδο 2016/17, με ποσότητα παραγωγής 180.000 τόνους. Για την περίοδο 2017/18 εκτιμάται αύξηση κατά 45% με παραγωγή 261.000 τόνους φτάνοντας στην υψηλότερη ποσότητα παραγωγής κατά τα τελευταία έτη. Η παραγωγή ελιών είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την καλλιέργεια ελαιώνων και επηρεάζεται από απρόβλεπτους παράγοντες όπως είναι οι καιρικές συνθήκες. Επομένως, παρατηρούνται διακυμάνσεις των μεγεθών από έτος σε έτος. Η σύγκριση με βάση το μέσο όρο κάθε έξι χρόνια είναι πιο αντικειμενική, ώστε να εξομαλύνονται οι εν λόγω μεταβολές. Τα τελευταία έξι έτη ο μέσος όρος παραγωγής διαμορφώθηκε σε 180.000 τόνους έναντι του αντίστοιχου μέσου όρου 113.000 τόνων της αμέσως προηγούμενης εξαετίας, καταγράφοντας ποσοστιαία αύξηση της τάξης του 60%. Η άνοδος αυτή οφείλεται και στην αύξηση των εξαγωγών, οι οποίες έχουν υπερδιπλασιαστεί την τελευταία δεκαετία. Οι εξαγωγές φαίνεται να καλύπτουν το 75% επί του συνόλου της παραγωγής.

Αξίζει να αναφερθεί ότι στην Ελλάδα καλλιεργούνται 40 εκατομμύρια ελαιόδεντρα επιτραπέζιας ελιάς και οι ελαιοπαραγωγοί που δραστηριοποιούνται στο τομέα αυτό αριθμούνται στους 62.000. 100 χώρες ανά τον κόσμο εισάγουν ελληνικές βρώσιμες ελιές και η αξία του κλάδου των επιτραπέζιων ελιών υπολογίζεται στα 450 εκατομμύρια ευρώ.

Η συνολική καλλιεργούμενη γεωργική γη κατά το έτος 2017 ανέρχεται σε 32.209 στρέμματα. Στις καλλιεργούμενες εκτάσεις με ελαιώνες παρατηρείται μείωση κατά 0,6% το 2017 σε σχέση με το 2016. Ειδικότερα, το 2017 καλλιεργήθηκαν 7.926,4 χιλιάδες στρέμματα, ενώ το 2016 καλλιεργήθηκαν 7.978,2 χιλιάδες στρέμματα.

Όσον αφορά το ελαιόλαδο, η παραγωγή του μειώθηκε κατά 5% το 2017, όπου παρήχθησαν 311,7 χιλιάδες τόνοι ελαιολάδου σε σχέση με το 2016 που παρήχθησαν 328 χιλιάδες τόνοι.

3.6.4 Εισαγωγές – Εξαγωγές

Στην παρούσα ενότητα θα μελετηθεί το εξωτερικό εμπόριο των επιτραπέζιων ελιών, καθώς και η παραγωγή και κατανάλωσή του σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο κατά το διάστημα 2005-2017. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις εισαγωγές των επιτραπέζιων ελιών, παρατηρείται ότι η εγχώρια παραγωγή υπερκαλύπτει την εγχώρια ζήτηση με αποτέλεσμα να κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές αφορούν κυρίως τυποποιημένες ελιές, ενώ μέρος των εισαγόμενων ποσοτήτων επανεξάγεται. Όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, οι διακυμάνσεις των ποσοτήτων εισαγωγής ελιάς κατά έτος είναι μεγάλες και εμφανίζουν διαχρονική αύξηση από το 2010, με εξαίρεση το 2015 διαμορφούμενες σε 15.953 τόνους το 2017. Η αξία τους το ίδιο έτος διαμορφώθηκε στα 20.371.000€. Διαχρονικά οι παρασκευασμένες - διατηρημένες ελιές (όπου συμπεριλαμβάνονται οι επιτραπέζιες) αντιπροσωπεύουν το σύνολο σχεδόν των εισαγόμενων ποσοτήτων (92,9% το 2017).

Πίνακας 3. 6: Εισαγωγές επιτραπέζιων ελιών (2005-2017)

Έτος	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (χιλ.€)
2005	3.852	5.294
2006	1.408	1.468
2007	4.785	5.574
2008	4.831	6.571
2009	2.624	3.205
2010	5.859	7.725
2011	7.022	10.454
2012	7.898	11.789

2013	9.589	10.516
2014	10.079	12.793
2015	8.305	9.564
2016	11.541	13.759
2017	15.953	20.371

Πηγή: ICAP

Πίνακας 3. 7: Εισαγωγές επιτραπέζιων ελιών ανά κατηγορία προϊόντος (2005-2017)

Έτος	Ελιές για μη χρήση παραγωγής ελαιόλαδου (τόνοι)	Ελιές παρασκευασμένες- διατηρημένες (τόνοι)	Λοιπές (τόνοι)	Σύνολο
2005	175	3.162	515	3.852
2006	18	897	493	1.408
2007	337	3.993	455	4.785
2008	126	4.513	192	4.831
2009	52	2.167	405	2.624
2010	308	4.940	611	5.859
2011	283	5.938	801	7.022
2012	92	7.298	508	7.898
2013	540	8.916	133	9.589
2014	436	9.269	374	10.079
2015	293	7.943	69	8.305

2016	391	10.776	374	11.541
2017	710	14.819	424	15.953

Πηγή: ICAP

Εν αντιθέσει με τις εισαγωγές, οι εξαγωγές των επιτραπέζιων ελιών φαίνεται να αυξάνονται τα τελευταία έτη, καθώς υπολογίζονται σε 198,2 χιλιάδες τόνους το 2017 σημειώνοντας αύξηση 7,2% σε σχέση με το 2016. Οι εξαγωγές μόνο των παρασκευασμένων - διατηρημένων ελιών, κατηγορία που αφορά τις βρώσιμες ελιές, ανήλθαν το 2017 σε 161,6 χιλιάδες τόνους παρουσιάζοντας αύξηση 4,9% έναντι του 2016 και συγκεντρώνοντας το 82% περίπου των συνολικών εξαγωγών. Στις χώρες προορισμού, οι Η.Π.Α., η Ιταλία και η Γερμανία απορρόφησαν το 41% των εξαγόμενων ποσοτήτων παρασκευασμένων - διατηρημένων ελιών. Η Τουρκία, η Ισπανία και η Πολωνία είναι οι χώρες με τα χαμηλότερα ποσοστά εξαγωγής του εξεταζόμενου προϊόντος.

Πίνακας 3. 8: Εξαγωγές επιτραπέζιων ελιών ανά κατηγορία προϊόντος (2005-2017)

Έτος	Ελιές για μη χρήση παραγωγής ελαιόλαδου		Ελιές παρασκευασμένες -διατηρημένες		Λοιπές		Σύνολο	
	Ποσότητα (Τόνοι)	Αξία (€)	Ποσότητα (Τόνοι)	Αξία (€)	Ποσότητα (Τόνοι)	Αξία (€)	Ποσότητα (Τόνοι)	Αξία (€)
2005	9.699	16.575	73.253	158.070	10.821	23.551	93.773	198.196
2006	8.108	28.938	72.927	143.861	10.138	23.521	91.173	196.320
2007	10.444	20.518	83.198	173.404	12.364	28.477	106.006	222.399

2008	7.571	16.783	74.394	173.356	11.145	28.510	93.110	218.649
2009	8.378	16.432	69.444	156.752	14.349	31.384	92.171	204.568
2010	8.367	15.352	94.555	206.582	19.626	42.194	122.548	264.128
2011	8.793	15.165	104.900	229.128	17.442	39.185	131.135	283.478
2012	4.823	7.718	108.599	258.158	16.471	40.829	129.893	306.705
2013	6.124	9.223	128.922	283.140	16.715	39.870	151.761	332.233
2014	8.581	14.642	113.219	303.081	15.762	42.194	137.562	360.637
2015	10.906	16.967	147.574	347.124	20.656	49.871	179.135	413.962
2016	9.282	15.528	154.105	365.493	21.585	54.654	184.973	435.675
2017	12.233	17.783	161.594	398.731	24.412	64.504	198.239	481.018

Πηγή: Κλαδική μελέτη Επιτραπέζιας Ελιάς, ICAP

Πίνακας 3. 9: Κυριότερες χώρες προορισμού ελιών παρασκευασμένων - διατηρημένων (2016-2017)

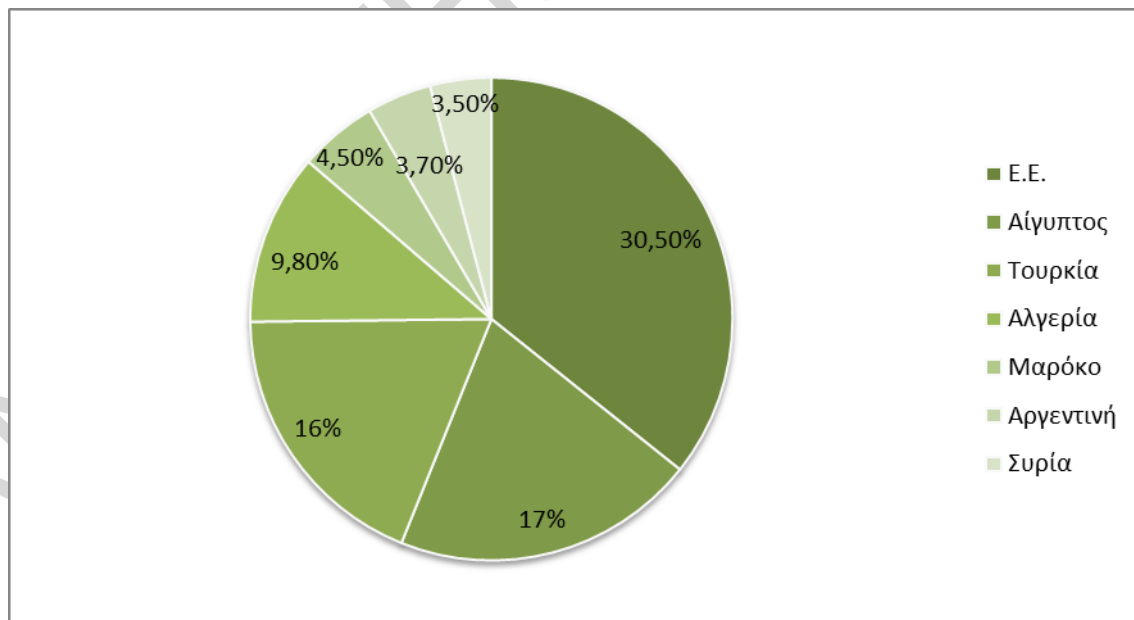
Χώρα	2016		Χώρα	2017	
	Αξία (€)	Ποσότητα (Τόνοι)		Αξία (€)	Ποσότητα (Τόνοι)
Η.Π.Α.	103.429	33.267	Η.Π.Α.	118.553	33.505
Γερμανία	38.792	15.700	Ιταλία	27.573	17.416
Ρουμανία	22.895	13.903	Γερμανία	38.711	15.168
Ιταλία	21.454	13.188	Ρουμανία	21.159	13.347
Βουλγαρία	14.861	9.758	Βουλγαρία	14.063	9.695

Αυστραλία	24.302	9.475	Αυστραλία	26.877	9.299
Ην.Βασίλειο	23.035	8.451	Ην.Βασίλειο	23.278	8.184
Βέλγιο	10.850	6.410	Βέλγιο	12.581	7.474
Καναδάς	15.723	6.169	Καναδάς	15.822	5.540
Κάτω Χώρες	10.332	4.212	Αλβανία	5.568	4.951
Αλβανία	4.094	3.875	Κάτω Χώρες	10.769	4.565
Π.Γ.Δ.Μ.	6.070	3.791	Π.Γ.Δ.Μ.	6.383	4.023
Ισραήλ	6.570	2.705	Γαλλία	7.743	3.046
Σουηδία	7.329	2.287	Ισραήλ	6.742	2.579
Γαλλία	5.765	2.12	Σουηδία	8.629	2.492
Σ. Αραβία	6.366	1.945	Σ. Αραβία	7.951	2.229
Αυστρία	5.392	1.833	Σερβία	2.439	1.769
Σερβία	2.394	1.645	Αυστρία	5.427	1.403
Ελβετία	3.875	1.254	Ελβετία	3.483	1.288
Ην. Αρ. Εμιράτα	2.960	1.022	Ισπανία	1.813	1.109
Ρωσία	2.539	898	Πολωνία	2.228	1.078
Δανία	3.033	828	Ρωσία	2.895	995
Πολωνία	1.744	826	Ην. Αρ. Εμιράτα	2.818	957
Τουρκία	808	738	Κουβέιτ	1.904	819

Ισπανία	1.450	596	Δανία	2.942	753
Λοιπές	19.430	7.317	Λοιπές	20.370	7.910
Σύνολο	365.493	154.105	Σύνολο	398.731	161.594

Πηγή: ICAP

Αξίζει να σημειωθεί ότι η παγκόσμια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών διαμορφώθηκε το 2016/2017 στους 2.930 χιλιάδες τόνους. Την περίοδο 2017/2018 η παραγωγή θα διαμορφωθεί στους 2.871 χιλιάδες τόνους. Η Ε.Ε. καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό της παγκόσμιας παραγωγής επιτραπέζιων ελιών με 875 χιλιάδες τόνους. Η Τουρκία και η Αίγυπτος φαίνεται να είχαν σημαντική παραγωγή την ίδια περίοδο. Με το χαμηλότερο ποσοστό ακολουθούν η Συρία και η Αργεντινή.



Διάγραμμα 3. 2: Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2017-2018)

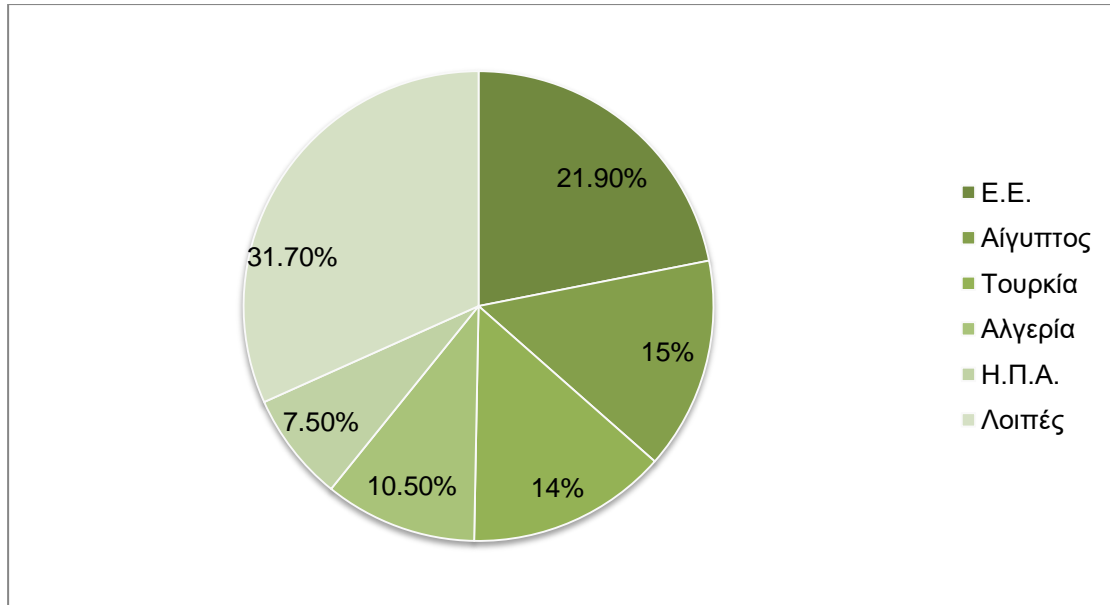
Πηγή: ICAP

Πίνακας 3. 10: Παγκόσμια παραγωγή επιτραπέζιων ελιών (2010/11-2017/18)

Χώρα/Έτος	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Ε.Ε.	829	741	781	794	868	887	842	875
Τουρκία	330	400	410	430	390	397	430	460
Αίγυπτος	350	385	453	400	451	336	550	500
Αργεντινή	90	150	60	140	120	73	96	105
Αλγερία	193	146	175	208	234	221	293	280
Συρία	147	172	134	120	75	150	190	100
Μαρόκο	110	100	100	120	100	120	120	130
Η.Π.Α.	154	26	78	83	34	71	61	66
Λοιπές χώρες	360	313	321	366	311	323	348	355
Σύνολο	2.563	2.433	2.512	2.661	2.581	2.577	2.930	2.871
*Ποσότητα σε χιλ. τόνους								

Πηγή: ICAP

Η παγκόσμια κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών ανήλθε σε 2.773 χιλιάδες τόνους, κατά το 2016-2017. Η Ε.Ε., το 2017/2018, κάλυψε το 21,9% της παγκόσμιας κατανάλωσης προϊόντος. Η Τουρκία και η Αίγυπτος κατανάλωσαν τις μεγαλύτερες ποσότητες ελιών.



Διάγραμμα 3. 3: Κυριότερες καταναλώτριες χώρες επιτραπέζιων ελιών παγκοσμίως (2017/2018)

Πηγή: ICAP

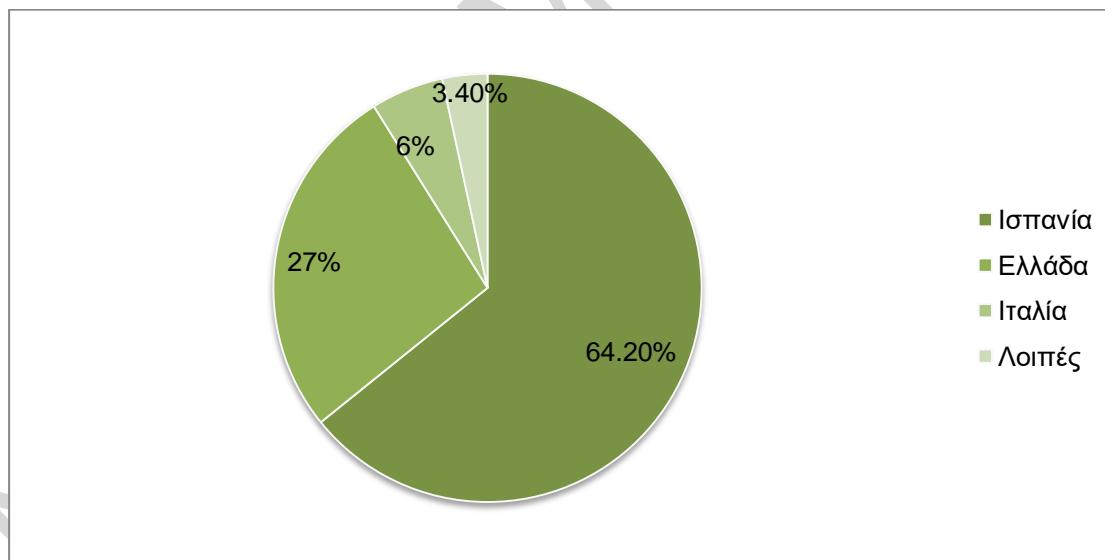
Πίνακας 3. 11: Παγκόσμια κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών (2010/11-2017/18)

Χώρα/Έτος	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Ε.Ε.	592	665	589	531	542	579	599	601
Τουρκία	300	350	350	355	330	319	350	380
Αίγυπτος	300	300	330	319	369	319	401	400
Η.Π.Α.	240	210	210	211	185	215	206	206
Αλγερία	189	166	172	205	240	334	301	286
Συρία	122	132	104	107	92	147	180	112
Ρωσία	72	68	75	73	23	22	25	25
Βραζιλία	87	102	109	114	103	102	114	115
Λοιπές χώρες	564	559	614	580	596	464	598	618

Σύνολο	2.466	2.552	2.553	2.494	2.480	2.500	2.773	2.745
*Ποσότητα σε χιλ. τόνους								

Πηγή: ICAP

Ειδικότερα, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης η παραγωγή επιτραπέζιων ελιών κατά την περίοδο 2016/2017 ανήλθε σε 842 χιλιάδες τόνους. Για το 2017/2018 εκτιμάται αύξηση της παραγωγής στους 875 χιλιάδες τόνους από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου. Η Ισπανία, η Ελλάδα και η Ιταλία καλύπτουν διαχρονικά σχεδόν το σύνολο της παραγωγής επιτραπέζιων ελιών της Ε.Ε. Την τελευταία δεκαετία κάλυψαν συνολικά και οι τρεις μαζί το 97%-98% της συνολικής παραγωγής.



Διάγραμμα 3. 4: Κυριότερες παραγωγικές χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2017/2018)

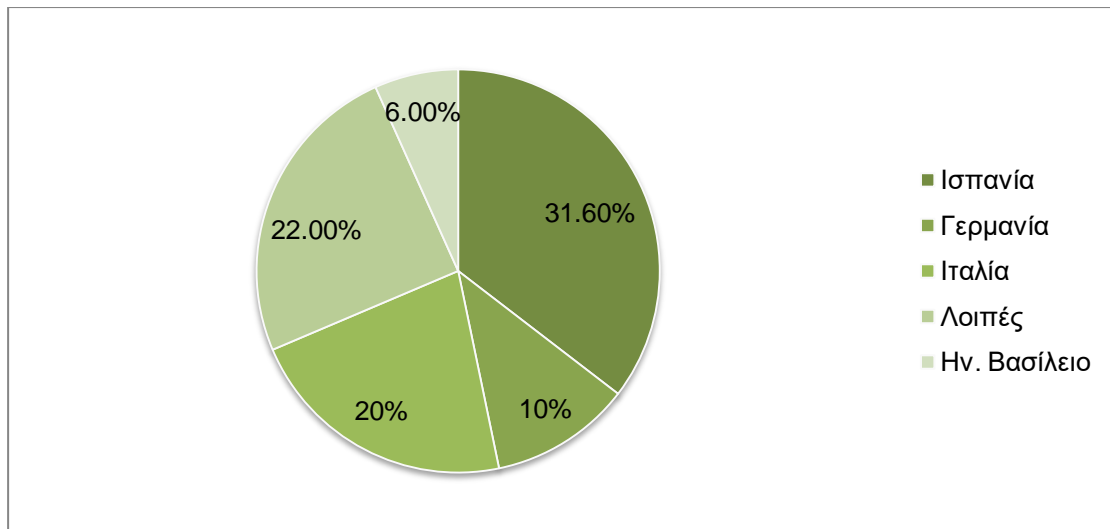
Πηγή: ICAP

Πίνακας 3. 12: Παραγωγή επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε.(2006/07-2017/18)

Έτος/Χώρα	Ισπανία	Ελλάδα	Ιταλία	Λοιπές	Σύνολο
2006/07	500	108	80	27	715
2007/08	553	95	56	17	721
2008/09	486	105	69	18	677
2009/10	493	107	59	17	675
2010/11	609	135	70	15	829
2011/12	522	130	76	13	741
2012/13	491	197	76	17	781
2013/14	572	130	69	22	794
2014/15	556	249	42	21	868
2015/16	601	194	66	26	887
2016/17	596	180	40	26	842
2017/18	562	235	48	30	875
*Ποσότητα σε χιλ. τόνους					

Πηγή: ICAP

Στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης η κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών κατά την περίοδο 2016/2017 ανήλθε σε 599 χιλιάδες τόνους, με αύξηση 3,5% σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Η κατανάλωση του προϊόντος κατά το έτος 2017/2018 εκτιμάται να ανέλθει σε 601 χιλιάδες τόνους, γεγονός που παρουσιάζει μία στασιμότητα σε σχέση με το 2016. Η Ισπανία και η Ιταλία συγκέντρωσαν το 2017/18 το ήμισυ περίπου της συνολικής κατανάλωσης μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



Διάγραμμα 3. 5: Κυριότερες καταναλώτριες χώρες επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2017/2018)

Πηγή: ICAP

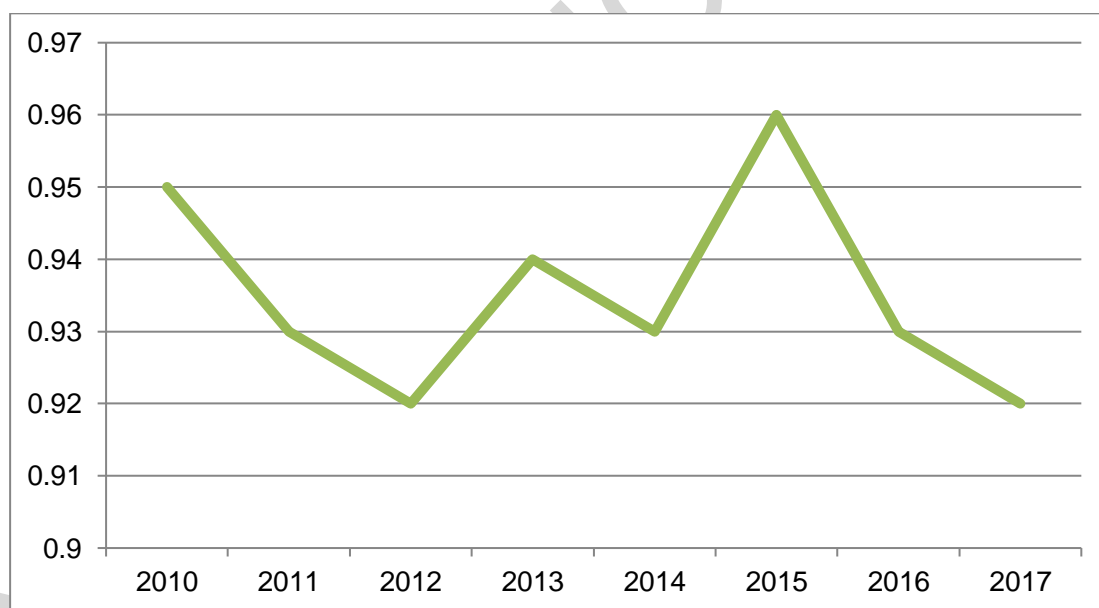
Πίνακας 3. 13: Κατανάλωση επιτραπέζιων ελιών στην Ε.Ε. (2010/11-2017/18)

Χώρα/Έτος	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Ισπανία	150	218	189	175	189	183	197	190
Ιταλία	148	140	145	120	101	126	105	117
Γαλλία	58	56	67	60	60	65	65	65
Γερμανία	63	65	41	37	37	42	43	61
Ην.Βασίλειο	40	42	35	34	34	37	38	36
Ελλάδα	16	15	20	14	20	15	15	15
Λοιπές χώρες	117	129	92	91	100	111	136	117
Σύνολο	592	665	589	531	542	579	599	601
*Ποσότητα σε χιλ. τόνους								

Πηγή: ICAP

3.6.5 Δείκτης ανταγωνιστικότητας-Εμπορικό ισοζύγιο

Το επίπεδο της ανταγωνιστικότητας της επιτραπέζιας ελιάς υπολογίζεται με το δείκτη Balassa, ο οποίος εκφράζεται από τη σχέση: $(X-M) / (X+M)$, όπου X = εξαγωγές και M = εισαγωγές. Ο συγκεκριμένος δείκτης ονομάζεται και δείκτης συγκριτικού πλεονεκτήματος και χρησιμοποιείται για να υπολογίσει το σχετικό πλεονέκτημα ή μειονέκτημα μιας χώρας σε μια συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων ή υπηρεσιών, σύμφωνα με τις εμπορικές ροές. Δείχνει την εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας ενός προϊόντος για μια μακροχρόνια περίοδο. Οι ακραίες τιμές του είναι +1 για το πλεόν ανταγωνιστικό προϊόν και -1 για το καθόλου ανταγωνιστικό. Όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί, ο δείκτης Balassa προσεγγίζει το +1 καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2010-2017, στοιχείο που επιβεβαιώνει τον υψηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας του προϊόντος.



Διάγραμμα 3. 6: Δείκτης ανταγωνιστικότητας επιτραπέζιων ελιών(2010-2017)

Πηγή: ICAP

Το εμπορικό ισοζύγιο είναι πλεονασματικό κατά το διάστημα 2005-2017. Οι εξαγωγές υπερβαίνουν κατά πολύ τις εισαγωγές σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα. Από 192.901 χιλιάδες τόνους το 2005 ανήλθε σε 460.647 χιλιάδες τόνους το 2017. Είναι προφανές ότι το εμπορικό ισοζύγιο αυξάνεται με έντονο ρυθμό τα τελευταία έτη.

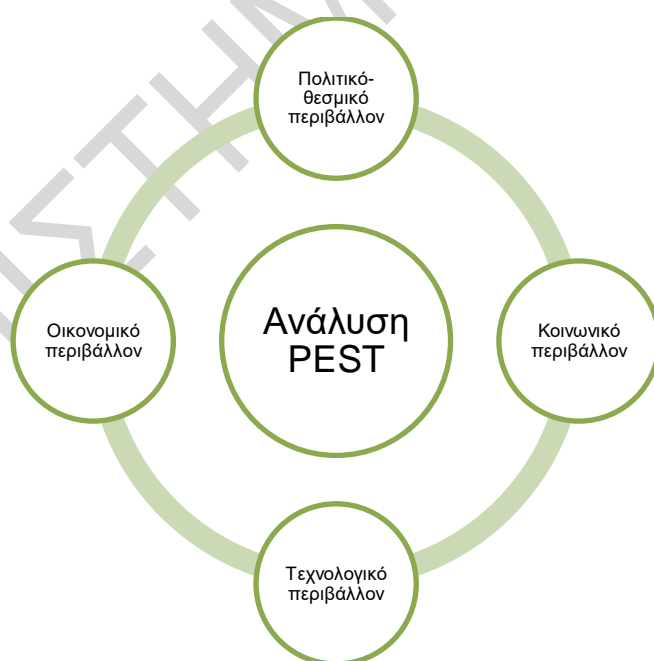
Πίνακας 3. 14: Εμπορικό ισοζύγιο επιτραπέζιων ελιών(2005-2017)

Έτος	Αξία εισαγωγών (€)	Αξία εξαγωγών (€)	Εμπορικό ισοζύγιο (€)
2005	5.294	198.195	192.901
2006	1.468	196.319	194.851
2007	5.574	222.400	216.826
2008	6.571	218.650	212.079
2009	3.205	204.568	201.363
2010	7.725	264.129	256.404
2011	10.454	283.478	273.024
2012	11.789	306.705	294.916
2013	10.516	332.232	321.716
2014	12.793	360.637	347.844
2015	9.564	413.963	404.398
2016	13.759	435.675	421.916
2017	20.371	481.018	460.647

Πηγή: ICAP

3.6.6 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (Ανάλυση PEST)

Οποιαδήποτε επιχείρηση ασχέτως σε ποιον κλάδο ανήκει, δραστηριοποιείται σε ένα περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό είναι ένα σύνθετο εμπορικό, κοινωνικό, πολιτικό, οικονομικό και τεχνολογικό πλέγμα που πρέπει έστω και υποτυπωδώς να αποτυπωθεί¹². Οι επιχειρήσεις πρέπει να καταλάβουν και να επεξεργαστούν τα δεδομένα που έχουν άμεση επιρροή στον κλάδο. Οι αλλαγές που υφίστανται στο χώρο του εμπορίου, όπως είναι η διεθνοποίηση των αγορών και οι συνεχείς συγκλίσεις στο τεχνολογικό περιβάλλον απασχολούν κάθε επιχείρηση και επηρεάζουν τη συνολική της απόδοση. Αν συμπεριληφθούν και τα οικονομικά στοιχεία που δεν μπορούν να ελεχθούν άμεσα από τον κλάδο, φαίνεται πόση σημασία αποκτά η αναγνώριση όλων αυτών των στοιχείων. Παρακάτω αναλύεται το πολιτικό - θεσμικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον στον ελλαδικό χώρο.



Εικόνα 3. 1: Ανάλυση PEST

¹² Wheelen & Hunger, 2008.

Πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον

Η ανάλυση του πολιτικού και θεσμικού περιβάλλοντος έχει μεγάλη σημασία για τον κλάδο της επιτραπέζιας ελιάς. Ιδιαίτερα σε μία χώρα όπου παρατηρείται πολιτική σταθερότητα, όπως είναι η Ελλάδα, το πολιτικό περιβάλλον βοηθά στην ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων και κατ' επέκταση των εξαγωγών σε άλλες χώρες. Επίσης, πολύ σημαντικό είναι ότι οι επιχειρήσεις έχουν πολυεθνικό χαρακτήρα και εξαγουν σε χώρες με διαφορετικά πολιτικά και νομικά καθεστώτα και τυχόν αλλαγές μπορεί να έχουν σοβαρές επιπτώσεις στη λειτουργία τους.

Νομοθεσία για τα τρόφιμα: Στόχοι της νομοθεσίας για τα τρόφιμα είναι να διασφαλίζεται η ποιότητα των προϊόντων, η δημόσια υγιεινή, η ασφάλεια των καταναλωτών, η διασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας των αγαθών και η απόδοση της πρωταρχικής ευθύνης σε περίπτωση προβληματικού προϊόντος. Η κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διασφάλισης ποιότητας με βάση τις αρχές των διεθνών προτύπων του συστήματος ανάλυσης κινδύνων και κρίσιμων σημείων ελέγχου (HACCP). Πρόκειται για ένα ολοκληρωμένο προληπτικό σύστημα για τον έλεγχο και την ασφάλεια υγιεινής των τροφίμων που πρέπει να εφαρμόζεται σε όλα τα στάδια της μεταποιητικής διαδικασίας. Για τις επιχειρήσεις τυποποίησης επιτραπέζιας ελιάς, η εφαρμογή του HACCP είναι απαραίτητη και η μη εφαρμογή έχει νομικές κυρώσεις. Ο αρμόδιος κρατικός φορέας για τον έλεγχο και τις διατάξεις του κανονισμού 852/2004 είναι ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, ενώ πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν πρότυπα ποιότητας (ISO) που αυξάνουν ακόμη περισσότερο την ασφάλεια των τροφίμων.

Νομοθεσία για τη μεταποίηση και τη τυποποίηση του ελαιόκαρπου: Η κάθε επιχείρηση που τυποποιεί και συσκευάζει επιτραπέζια ελιά πρέπει να συμμορφώνεται με συγκεκριμένους κανόνες:

- Κανονισμός αριθ. 178/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου. Καθορίζει τις γενικές αρχές και απαιτήσεις της νομοθεσίας για τα τρόφιμα και τις διαδικασίες σε θέματα ασφάλειας τροφίμων. Καθιερώνει τη Γενική Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων και γενικός σκοπός

είναι η προστασία της υγείας του καταναλωτή και των συμφερόντων του. Υποχρεώνει τις επιχειρήσεις να εφαρμόζουν διαδικασίες ελέγχου όλης της αλυσίδας παραγωγής των τελικών προϊόντων και εισάγει την ιχνηλασιμότητα, τη μέθοδο ανεύρεσης σημαντικών πληροφοριών σε σχέση με το κάθε στάδιο του κύκλου ζωής του τροφίμου.

- Κανονισμός αριθ. 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την υγιεινή των τροφίμων. Αναφέρεται σε όλες τις επιχειρήσεις που επεξεργάζονται και πωλούν τρόφιμα και επιβάλλει κανόνες ορθής πρακτικής και υγιεινής. Βασικά σημεία του είναι η εφαρμογή διαδικασιών που στηρίζονται στο HACCP και η εγγραφή των επιχειρήσεων σε μητρώα. Το άρθρο 5 του κανονισμού προβλέπει μία ευελιξία ως προς τη τήρηση των αρχών στις μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επίσης, καθορίζεται ο υπεύθυνος για την τήρηση των διαδικασιών αλλά και οι φορείς που πραγματοποιούν τους ελέγχους.
- Κανονισμός αριθ. 882/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Αναφέρεται στους γενικούς κανόνες και τις αρχές ως προς τον έλεγχο στις μονάδες, σε οποιοδήποτε στάδιο της παραγωγής από τους φορείς, με σκοπό την εξάλειψη ή τη μείωση σε αποδεκτό επίπεδο των κινδύνων για τον άνθρωπο μέσω του περιβάλλοντος.
- Κανονισμός αριθ. 2073/2005 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου. Καθορίζει τα μικροβιολογικά κριτήρια για συγκεκριμένους μικροοργανισμούς και τους κανόνες εφαρμογής που οφείλουν να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις.
- Κανονισμός αριθ. 1169/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές. Με τον κανονισμό αυτό καθορίζονται οι απαιτήσεις και οι πληροφορίες που πρέπει να αναγράφονται στη σήμανση των τροφίμων, με σκοπό την ασφάλεια των καταναλωτών, την πληροφόρησή τους και τη σωστή χρήση των προϊόντων.
- Οδηγός 89/107/ΕΟΚ. Αναφέρεται στα πρόσθετα που μπορούν να χρησιμοποιούνται στα τρόφιμα που προορίζονται για κατανάλωση. Πρόσθετο θεωρείται κάθε ουσία που έχει θρεπτική αξία ή όχι, δεν καταναλώνεται συνήθως μόνη της ως τρόφιμο, ούτε χρησιμοποιείται ως

χαρακτηριστικό συστατικό τροφίμων και της οποίας η σκόπιμη προσθήκη στα τρόφιμα για τεχνολογικούς λόγους, κατά τα στάδια της παραγωγής έχει ως αποτέλεσμα να αποτελέσει η ίδια ή τα παράγωγά της συστατικά των τελικών προϊόντων, άμεσα ή έμμεσα.

- Κανονισμός αριθ. 299/2008. Καθορίζει τα ανώτατα όρια καταλοίπων όλων των φυτοφαρμάκων που υπάρχουν πάνω ή μέσα στα τρόφιμα. Ειδικότερα, ο κλάδος της μεταποίησης και της επεξεργασίας της επιτραπέζιας ελιάς βρίσκει εφαρμογή στις οδηγίες που ακολουθούν:
 - Οδηγία 90/642/ΕΟΚ, η οποία προσδιορίζει τα ανώτατα όρια καταλοίπων φυτοφαρμάκων σε όλα τα οπωροκηπευτικά προϊόντα.
 - Οδηγία 2006/59/ΕΚ, η οποία όσον αφορά στην επιτραπέζια ελιά, καθορίζει ποιο πρέπει να είναι το ανώτατο όριο υπολειμμάτων του φενθείου και του ισοδυνάμου του σε οξυγόνο και τα σουλφοξείδια.
 - Οδηγία 2000/24/ΕΚ, η οποία προσδιορίζει τα ανώτατα όρια περιεκτικότητας σε κατάλοιπα φυτοφαρμάκων σε οπωροκηπευτικά.¹³

¹³ <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/elialadi/1774-nomothesia-elia-ladi>

Οικονομικό περιβάλλον

Στην ελληνική οικονομία οι εξαγωγές παρουσιάζουν ισχυρή δυναμική, η οποία, ενώ εξαρτάται από τη διεθνή συγκυρία, φανερώνει μία στροφή σε κλάδους και επιχειρήσεις προς τις εξαγωγές. Φαίνεται ότι στο δημοσιονομικό τομέα υπάρχει εξισορρόπηση, δεδομένων των περιορισμών και των υποχρεώσεων της οικονομίας. Οι τιμές είναι σταθερές. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, στο δεύτερο τρίμηνο του 2019 ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ ενισχύθηκε (+1,9%). Ωστόσο, κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους η άνοδος του ΑΕΠ επιβραδύνθηκε σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2018 (+1,5% το πρώτο εξάμηνο του 2019, έναντι 2,1% το πρώτο εξάμηνο του 2018). Θετική συμβολή είχαν οι εξαγωγές υπηρεσιών, οι επενδύσεις και η ιδιωτική κατανάλωση. Το εποχικά διορθωμένο ποσοστό ανεργίας τον Ιούλιο του 2019 ανήλθε σε 16,9% έναντι 19,1% τον Ιούλιο του 2018. Συνολικά η ελληνική οικονομία εμφάνισε μείωση των δίδυμων ελλειμμάτων. Όμως, η στροφή της προς ένα πρότυπο ανάπτυξης που να εξασφαλίζει ευημερία μεσοπρόθεσμα έχει συντελεστεί σε πολύ μικρό βαθμό. Οι μελλοντικές αποφάσεις για την πορεία της ελληνικής οικονομίας θα έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα για τη διαμόρφωση της πορείας της μεσοπρόθεσμα.¹⁴ Ιδιαίτερα μάλιστα σε μία εποχή που πλήττεται από την παγκόσμια πανδημία του κορωνοϊού. Η συνεχής εξάπλωση του ιού αυτού έχει αυξήσει τα ποσοστά ανεργίας της χώρας αλλά και όλου του πλανήτη, καθώς πολλές επιχειρήσεις δεν έχουν αναστείλει τις λειτουργίες τους. Ωστόσο, υπάρχουν επιχειρήσεις που συνεχίζουν να λειτουργούν και με επιτυχία και εκεί στοχεύει και η ίδρυση της μονάδας ελαιόκαρπου.

¹⁴ <https://www.statistics.gr/statistics/eco>

Κοινωνικό περιβάλλον

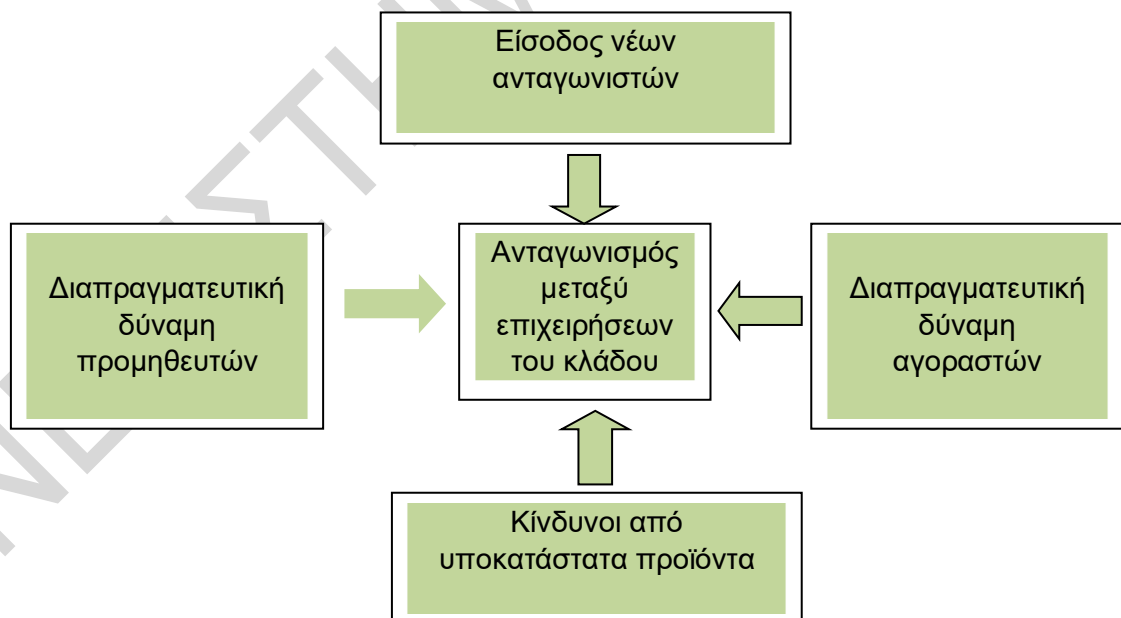
Με δεδομένο ότι η υπό εξέταση παραγωγική μονάδα έχει ως σκοπό να δραστηριοποιηθεί στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών καλό είναι να μελετήσει τους κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες που θα επηρεάσουν την κατανάλωση των προϊόντων, τα οποία θα εμπορευείται. Συνεπώς, παίζει βασικό ρόλο η ανάλυση της συμπεριφοράς και των αντιλήψεων των καταναλωτών ως προς τον ελαιόκαρπο. Η μεσογειακή διατροφή έχει διεισδύσει στην καθημερινότητα του Έλληνα, ενώ η αγάπη του για τον ελαιόκαρπο και το ελαιόλαδο, τα έχει μετατρέψει σε είδος πρώτης ανάγκης για μία παραδοσιακή ελληνική οικογένεια. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η μεσογειακή διατροφή βρίσκεται στην καθημερινότητα των οικογενειών και η ελιά που αποτελεί μέρος της, φαίνεται ότι προτιμάται ιδιαίτερα. Ο ελαιόκαρπος είναι ένα προϊόν, το οποίο μπορεί να καταναλωθεί από όλες τις ηλικίες και όλες τις κοινωνικές τάξεις. Είναι άξιο να αναφερθεί ότι μπορεί να καταναλωθεί και σε περιόδους νηστείας. Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο του πληθυσμού αυξάνεται με την πάροδο των χρόνων και όλο και περισσότεροι οδηγούνται προς μία καλύτερη ποιότητα ζωής, με μεγάλη σημασία στην υγιεινή διατροφή.

Τεχνολογικό περιβάλλον

Οι τεχνολογικοί παράγοντες στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών διαδραματίζουν τεράστιο ρόλο, αφού με τη βοήθειά τους μπορεί να μειωθεί το κόστος ο χρόνος της παραγωγικής διαδικασίας. Έχουν να κάνουν κυρίως με καινούργιες τάσεις, αλλαγές και γνώσεις σε ό,τι αφορά τις πρώτες ύλες και την παραγωγή αλλά και τα επιτεύγματα που γίνονται έξω από την αγορά και επιδρούν στην επιχείρηση και τη στρατηγική της. Η αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, η εισαγωγή νέων μηχανημάτων, η επεξεργασία και καταγραφή των στοιχείων των πρώτων υλών είναι παράγοντες που δημιουργούν ευκαιρίες για κάθε βιομηχανία, ενώ η μη συμμόρφωση της μαζί τους επιφέρει κινδύνους. Πιο συγκεκριμένα, για τον ελαιόκαρπο, οι τεχνολογικές αλλαγές μπορεί να γίνουν κυρίως στις μεθόδους συγκομιδής του ελαιόκαρπου, με τη χρήση δονητικών εργαλείων και στη συσκευασία, με διαφορά στη κονσερβοποίηση και τα γυάλινα δοχεία.

3.6.7 Οι 5 Δυνάμεις του PORTER

Ένας αξιόπιστος και γνωστός τρόπος για να εκτιμηθεί η ελκυστικότητα του κλάδου και η δομή του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος είναι οι πέντε δυνάμεις του Porter. Σύμφωνα με το υπόδειγμα του Porter, η ένταση του ανταγωνισμού σε έναν κλάδο εξαρτάται από πέντε βασικές ανταγωνιστικές δυνάμεις, οι οποίες είναι: κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών, κίνδυνοι από υποκατάστατα προϊόντα, διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών, διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών και ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων του κλάδου. Βάσει αυτού του υποδείγματος, όσο πιο έντονος είναι ο ανταγωνισμός στον κλάδο, τόσο μεγαλύτερη πίεση ασκείται στην κερδοφορία του και στην ελκυστικότητά του. Σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων επεξεργασίας και τυποποίησης επιτραπέζιων ελιών δραστηριοποιείται στον εξεταζόμενο κλάδο. Επίσης, υπάρχουν επιχειρήσεις που ασχολούνται αποκλειστικά με το χονδρικό εμπόριο των προϊόντων. Ωστόσο, οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων τους σε αγορές του εξωτερικού.



Εικόνα 3. 2: Οι πέντε δυνάμεις του Porter

Κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών

Ο κλάδος που εξετάζει η εν θέματι μελέτη δηλαδή της επεξεργασίας και της τυποποίησης ελαιόκαρπου παρουσιάζει υψηλά περιθώρια κέρδους που τον κάνουν προσιτό και τον προτιμούν οι επενδυτές. Συνεπώς, η είσοδος νέων ανταγωνιστών είναι πιο εύκολη. Οι νέες επιχειρήσεις που εισέρχονται στον κλάδο δεν έχουν έντονο ανταγωνισμό από άλλα προϊόντα και αυτό γιατί η ζήτηση σχετίζεται με την ποικιλία της ελιάς και την καταγωγή της. Οι απαιτήσεις σε κεφάλαια δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλες, καθώς και ένας απλός παραγωγός θα μπορούσε να δημιουργήσει τη δική του βιοτεχνία με την αγορά των κατάλληλων μηχανημάτων. Επίσης, κάθε ενδιαφερόμενος έχει άμεση και εύκολη πρόσβαση στις πρώτες ύλες, οι οποίες είναι άφθονες, καθώς υπάρχει μεγάλη ποικιλία ελαιόκαρπου στην Ελλάδα και μπορεί να τις βρει χωρίς ιδιαίτερο κόπο. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερη διαφοροποίηση του προϊόντος. Οι συσκευασίες είναι παρόμοιες για τις περισσότερες επιχειρήσεις και η πλειονότητα των ελαιόκαρπων δίνεται σε χύμα μορφή ή σε τενεκέδες μεγάλων συσκευασιών και σε μικρότερες συσκευασίες για πώληση σε μαγαζιά. Εξαιρέση αποτελούν τα προϊόντα ΠΟΠ. Εμπόδια μπορεί να εμφανιστούν εάν μία επιχείρηση θέλει να έχει πρόσβαση σε κανάλια διανομής σε όλη την Ελλάδα γιατί τότε χρειάζεται να επενδυθούν μεγάλα ποσά σε διαφήμιση, πωλητές και αντιπροσώπους και έτσι τίθεται σε κίνδυνο η βιωσιμότητα της εκάστοτε εταιρείας. Οι επιχειρήσεις της Ελλάδας καλό είναι να δώσουν βάση στη διαφήμιση και την προβολή των προϊόντων τους και στο εξωτερικό, προκειμένου να μεγαλώσουν την αναγνωσιμότητά τους. **Επομένως, η απειλή εισόδου από νέους ανταγωνιστές θεωρείται μεγάλη.**

Κίνδυνοι από υποκατάστατα προϊόντα

Στο συγκεκριμένο κλάδο δεν υπάρχουν ουσιαστικά υποκατάστατα προϊόντα που να τον ανταγωνίζονται άμεσα. Σαν υποκατάστατο θα λέγαμε ότι ίσως είναι οι πίκλες που δεν είναι τόσο γνωστές και δεν έχουν μεγάλη ζήτηση στην εγχώρια αγορά. Ωστόσο, αν υποθέσουμε ότι η επιτραπέζια ελιά προσφέρεται σαν ορεκτικό, τότε παρατηρούμε ότι αρκετά προϊόντα προωθούνται σαν ορεκτικά και ίσως να μπορούν να υποκαταστήσουν την ελιά.

Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Οι προμηθευτές της επιτραπέζιας ελιάς έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη γιατί υπάρχει μεγάλη ποσότητα των πρώτων υλών, δηλαδή του ελαιόκαρπου. Πιο συγκεκριμένα, οι προμηθευτές της επιτραπέζιας ελιάς είναι οι αυτόνομοι παραγωγοί και οι αγροτικοί συνεταιρισμοί. Ωστόσο, υπάρχει μεγάλη ποσότητα παραγωγής και πάρα πολλοί αυτόνομοι παραγωγοί και έτσι η δύναμη των προμηθευτών μπορεί να εντοπιστεί μόνο εκεί που μπορούν να γίνουν συζητήσεις για τις τιμές. Επομένως, οι εταιρείες έχουν σχετικά εύκολη πρόσβαση σε πρώτες ύλες και έχουν την επιλογή να διαλέξουν μόνες τους τον προμηθευτή τους. Επίσης, αν επισημάνουμε ότι το κόστος μετακίνησης από τον έναν προμηθευτή στον άλλον είναι χαμηλό, οι επιχειρήσεις επεξεργασίας και τυποποίησης της ελιάς υπολογίζουν την τιμή αγοράς της πρώτης ύλης χωρίς να χρειάζεται να εμπλακούν οι προμηθευτές. Παρόλα αυτά ένα πλεονέκτημα των προμηθευτών φαίνεται να είναι το ότι η παραγωγή δε μπορεί να καθετοποιηθεί προς τα πίσω λόγω σημαντικού κόστους. Αξιοσημείωτο είναι όμως, ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις δε διαθέτουν δικές τους αγροτικές εκτάσεις και αγοράζουν την πρώτη ύλη για την παραγωγή του προϊόντος.

Επομένως, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι μεγάλη.

Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών δε διαφέρει ιδιαίτερα από τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών. Ως αγοραστές των ελαιόκαρπων θεωρούνται τα σουπερ μάρκετς, τα καταστήματα τροφίμων, η μαζική εστίαση, τα ξενοδοχεία και τα delicatessen. Τα σουπερ μάρκετς κατέχουν ισχυρή θέση σε σχέση με τους προμηθευτές γιατί έχουν αυξημένες πωλήσεις. Οι καταναλωτές των αστικών κέντρων αγοράζουν τον ελαιόκαρπο από τα σουπερ μάρκετς σε συσκευασμένη ή χύμα μορφή. Αρκετές είναι οι επιχειρήσεις επεξεργασίας επιτραπέζιας ελιάς που οδηγούνται σιγά σιγά στην κάθετη ολοκλήρωση προς τα πίσω μέσω των private labels, ώστε να αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Ωστόσο, υπάρχουν και επιχειρήσεις που θέτουν ως στόχο τους την απευθείας πώληση των προϊόντων τους στους πελάτες, γεγονός που οδηγεί τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών σε χαμηλά επίπεδα. Αξίζει να αναφερθεί ότι εξίσου σημαντική είναι και η διαπραγματευτική δύναμη των ιδιωτών, οι οποίοι βοηθούν τις επιχειρήσεις να αυξήσουν τα κέρδη τους μέσω της κατανάλωσης των προϊόντων τους. Άρα, κύριο μέλημα των επιχειρήσεων είναι να προσελκύσουν όλο ένα και περισσότερους ιδιώτες και να προσφέρουν την καλύτερη ποιότητα προϊόντων τους. **Επομένως, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι υψηλή.**

Ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων του κλάδου

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της επεξεργασίας και τυποποίησης της επιτραπέζιας ελιάς, εκτός από τη δραστηριοποίησή τους στην ελληνική αγορά, έχουν δώσει έμφαση στην πώληση του προϊόντος στις χώρες του εξωτερικού. Υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις στο συγκεκριμένο κλάδο. Επιπλέον, επισημαίνεται ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων επεξεργασίας επιτραπέζιας ελιάς αυξάνεται λόγω των ισχυρόνων νόμων, οι οποίοι επιτρέπουν την πώληση χύμα προϊόντος. **Επομένως, ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων του κλάδου είναι ιδιαίτερα αυξημένος.**

3.6.8 Ανάλυση SWOT

Η SWOT ανάλυση βοηθάει ώστε να μελετηθεί το εσωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον και συγκεκριμένα καταγράφονται οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές μιας επιχείρησης. Τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης μπορούν να αναλυθούν από τους εσωτερικούς της πόρους και σχετίζονται με το εσωτερικό της περιβάλλον. Εν αντιθέσει, οι ευκαιρίες και οι απειλές αποτελούν μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος που η επιχείρηση πρέπει να διαχειριστεί με βάση πάντα τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της.

Δυνάμεις

- Άριστη ποιότητα ελληνικών προϊόντων.
- Μεγάλη ποσότητα της εγχώριας παραγωγής.
- Ποικιλία διαφοροποιημένων ποιοτικά και γευστικά.
- Αναγνωρισιμότητα ορισμένων προϊόντων λόγω της ένταξής τους στα συστήματα ποιότητας ΠΟΠ.
- Παράδοση της Ελλάδας από αρχαιοτάτων χρόνων στην ελιά.

Αδυναμίες

- Χαμηλά περιθώρια καθαρού κέρδους των επιχειρήσεων.
- Διακίνηση του προϊόντος σε χύμα μορφή κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του και όχι συσκευασμένο.

Ευκαιρίες

- Ανάπτυξη των εξαγωγών και επέκταση σε νέες αγορές, όπως Κίνα, Βραζιλία.
- Διείσδυση τυποποιημένων προϊόντων στην εγχώρια αγορά.
- Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας.
- Ανάπτυξη προϊόντων μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας, όπως πάστα ελιάς σε διάφορες γεύσεις ή ελιές γεμιστές.

Απειλές

- Καιρικές συνθήκες.
- Διεύρυνση των μεριδίων ανταγωνιστριών χωρών στην παγκόσμια αγορά ελιών.
- Έλλειψη ρευστότητας στην εγχώρια αγορά και αύξηση των επισφαλειών.
- Μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών.

Εικόνα 3. 3: Swot ανάλυση

3.6.9 Έσοδα και πωλήσεις

Το πρόγραμμα παραγωγής σχετίζεται άμεσα με την πρόβλεψη της συνολικής ζήτησης και την πρόβλεψη των πωλήσεων. Στον πίνακα που ακολουθεί υπολογίζονται τα έσοδα από τις πωλήσεις της υπό ίδρυση μονάδας για τα έτη 2021 - 2025.

Πίνακας 3. 15: Εκτίμηση εσόδων από πωλήσεις ανά έτος (2021-2025)

Έτος	Σύνολο παραγωγής (kg)	Τιμή (κατά Μ.Ο.)	Συνολικές πωλήσεις (€)
2021	820.000	3€/kg	2.500.000
2022	840.000	3€/kg	2.530.000
2023	903.000	3€/kg	2.710.000
2024	920.000	3€/kg	2.770.000
2025	940.000	3€/kg	2.830.000

3.7 Στρατηγική διάσταση του σχεδίου Μάρκετινγκ

Για να επιβιώσει και να ανταποκριθεί στις προκλήσεις του σύγχρονου εξελισσόμενου περιβάλλοντος μία νέα επιχείρηση, θα ήταν χρήσιμο να αναπτύξει μια στρατηγική Μάρκετινγκ βασισμένη στις αλλαγές που γίνονται στην εγχώρια αγορά. Το σχέδιο Μάρκετινγκ είναι ουσιαστικά αυτό το οποίο θα καταγράψει τις στρατηγικές που θα ακολουθήσει η υπό εξέταση παραγωγική μονάδα, η οποία στοχεύει στην επιβίωση και την κερδοφορία. Το συγκεκριμένο σχέδιο εντοπίζει τις ανάγκες και τα κενά που υπάρχουν στην αγορά και προσπαθεί να τα καλύψει. Ειδικότερα, το σχέδιο αυτό έχει τις εξής δύο διαστάσεις:

α) **Στρατηγική διάσταση:** η οποία σχετίζεται με τη διαχείριση του Μάρκετινγκ σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα (τμηματοποίηση, στοχοθέτηση, τοποθέτηση)

β) **Λειτουργική διάσταση:** η οποία σχετίζεται με τη διαχείριση του Μάρκετινγκ σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα (προϊόν, τιμή, διανομή, προώθηση)¹⁵

Αποστολή: Αποστολή της μονάδας είναι να επεξεργάζεται, να τυποποιεί και να συσκευάζει επιτραπέζιες ελιές με ευθύνη και με αγάπη.

Όραμα: Το όραμα της επιχείρησης είναι η συσκευασία και η προώθηση της επιτραπέζιας ελιάς στο εσωτερικό με αύξηση των πωλήσεων κάθε χρόνο και μετά το πέμπτο έτος λειτουργίας με επεξεργασία πάνω από 3.000.000kg ελαιόκαρπου καθώς και η μελλοντική επέκτασή της στις αγορές του εξωτερικού.

Στόχος: Ο στόχος της «OliveGreen» είναι να συσκευάζει άριστης ποιότητας προϊόντα πάντα με ασφάλεια και με σεβασμό προς το περιβάλλον.

¹⁵ Σιώμκος Γεώργιος, Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2013

3.7.1 Τμηματοποίηση (Segmentation)

Ως πρώτο στάδιο της στρατηγικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ αναφέρεται η τμηματοποίηση. Με τον όρο τμηματοποίηση εννοείται η διαδικασία υποδιαίρεσης μίας ευρείας αγοράς καταναλωτών ή επιχειρήσεων, η οποία αποτελείται συνήθως από υφισταμένους και δυνητικούς πελάτες σε υποομάδες καταναλωτών που βασίζονται σε κάποιο είδος κοινών χαρακτηριστικών, όπως είναι οι κοινές ανάγκες, τα ενδιαφέροντα, ο τρόπος ζωής ή τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Ο στόχος είναι να προσδιοριστούν τα τμήματα που είναι πιθανό να είναι τα πιο κερδοφόρα έτσι ώστε να μπορέσει να τους δοθεί η απαιτούμενη προσοχή.

Η υπό ίδρυση μονάδα θα ακολουθήσει την τακτική του μαζικού μάρκετινγκ (mass marketing). Με τον όρο mass marketing εννοείται η στρατηγική της αγοράς στην οποία μία επιχείρηση αποφασίζει να μη λάβει υπόψη τις διαφορές στην αγορά και να προσελκύσει ολόκληρη την αγορά με μία προσφορά ή μία στρατηγική που υποστηρίζει την ιδέα της εκπομπής ενός μηνύματος που θα φτάσει στο μεγαλύτερο δυνατό αριθμό καταναλωτών. Με αυτό τον τρόπο, η έκθεση στο προϊόν μεγιστοποιείται και κατά συνέπεια θα παρατηρείται μεγαλύτερος αριθμός πωλήσεων και μεγαλύτερος αριθμός ατόμων που θα αγοράζουν το προϊόν.

3.7.2 Στοχοθέτηση (Targeting)

Το επόμενο στάδιο της στρατηγικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ είναι η στοχοθέτηση. Με τη διαδικασία της στοχοθέτησης συγκεντρώνονται οι ενέργειες του τμήματος Μάρκετινγκ σε ένα ή περισσότερα τμήματα της αγοράς και εντοπίζεται που υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη για το παραγόμενο προϊόν, έχοντας ως σκοπό να καλύψει το κενό της αγοράς μέσω της διάθεσής του.

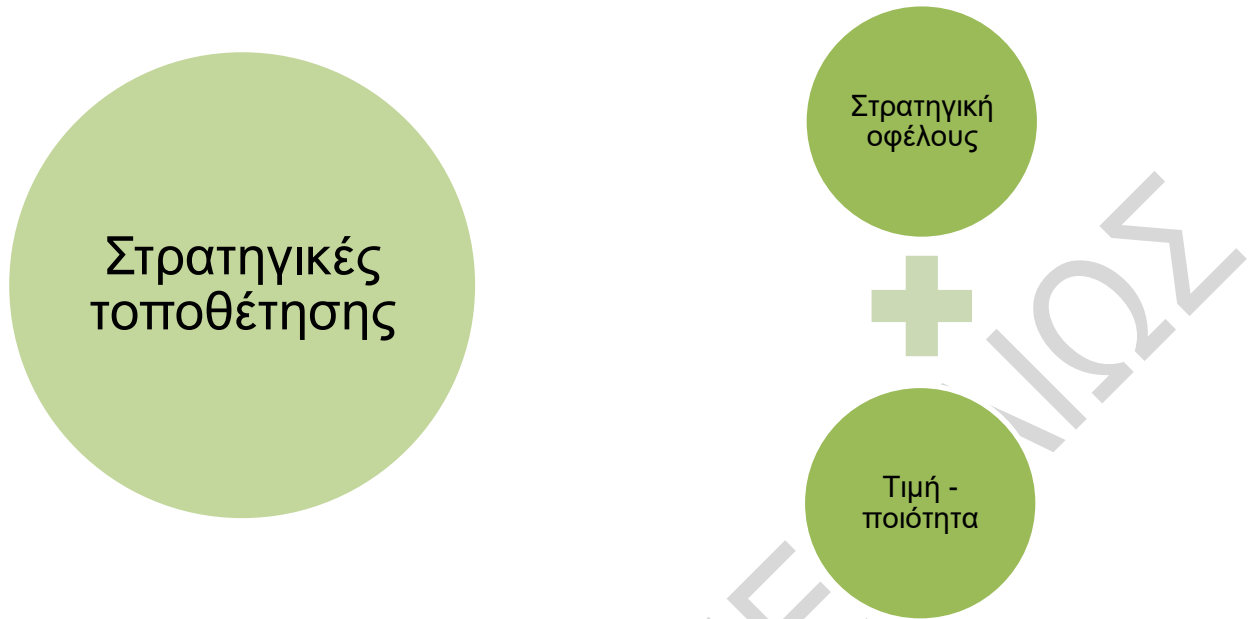
Η υπό ίδρυση μονάδα στοχεύει να προσφέρει στους καταναλωτές ένα υψηλής ποιότητας προϊόν, το οποίο θα είναι σε προσιτή τιμή. Ο σκοπός της εταιρείας είναι η επιτραπέζια ελιά που θα διαθέσει να αποτελέσει για τους καταναλωτές ένα value for money προϊόν, το οποίο σε κάθε περίπτωση θα αξίζει την τιμή του. Το συγκεκριμένο προϊόν θα στοχεύει σε άτομα που θα πηγαίνουν αρκετά συχνά σε σουπερ μάρκετς ή κάνουν ηλεκτρονικές αγορές ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλλου και οικονομικής κατάστασης. Η εταιρεία θα απευθύνεται και σε άτομα, τα οποία νοιάζονται για την υγιεινή διατροφή, καθώς η επιτραπέζια ελιά προσφέρει πολλά οφέλη για την υγεία. Εν κατακλείδι, η εταιρεία θα συγκεντρώσει όλες τις προσπάθειές της στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών της.

3.7.3 Τοποθέτηση (Positioning)

Το τελευταίο στάδιο της στρατηγικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ είναι η τοποθέτηση του προϊόντος. Ουσιαστικά, πρόκειται για τον τρόπο που οι πελάτες αντιλαμβάνονται την επιχείρηση, καθώς και το πώς σκέφτονται και νιώθουν για το εν λόγω προϊόν σε σχέση με τα αντίστοιχα προϊόντα των ανταγωνιστών. Επομένως, είναι το κομμάτι εκείνο που επιδιώκεται να κατακτηθεί στο μυαλό ακόμα και στην καρδιά του δυνητικού καταναλωτή¹⁶. Άρα, η επιχείρηση πρέπει να καταβάλει προσπάθειες έτσι, ώστε οι καταναλωτές να αντιστοιχούν το προϊόν, το οποίο τους προσφέρεται, με μια συγκεκριμένη εικόνα. Ο κάθε καταναλωτής πρέπει ανά πάσα στιγμή να μπορεί να απαντήσει στο κρίσιμο ερώτημα "για ποιον λόγο να αγοράσω το συγκεκριμένο προϊόν που μου προσφέρεται από τη συγκεκριμένη εταιρεία;". Αν η πλειοψηφία των καταναλωτών έχει μια ξεκάθαρη απάντηση στο ερώτημα, σημαίνει πως η εταιρεία έχει καταφέρει να κερδίσει μια θέση στο μυαλό του αγοραστικού κοινού. Μία στρατηγική τοποθέτησης είναι πετυχημένη όταν είναι γνωστοί οι παράγοντες που θεωρούνται σπουδαίοι για το προϊόν και το πως τους αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές. Ο καταναλωτής σήμερα προτιμά περισσότερο να τρέφεται σωστά και να γνωρίζει την προέλευση του προϊόντος που καταναλώνει.

Στην εξεταζόμενη μονάδα, οι στρατηγικές τοποθέτησης που χρησιμοποιούνται είναι η στρατηγική του οφέλους που προσφέρει το προϊόν στον καταναλωτή και η στρατηγική τιμής και ποιότητας.

¹⁶ Czerniawski R., Maloney M. 1999



Εικόνα 3. 4: Στρατηγικές τοποθέτησης

Η επιτραπέζια ελιά δε θα δέχεται ιδιαίτερη επεξεργασία. Το ότι είναι ένα προϊόν που συλλέγεται με προσοχή και καλλιεργείται στον πλέον πιο κατάλληλο τόπο είναι δύο στοιχεία που την καθιστούν προϊόν υψηλής αξίας. Πολύ σημαντικά επίσης, είναι η τήρηση των κανόνων υγιεινής και ο σεβασμός στους εργαζόμενους και στους καταναλωτές. Επομένως, η επιλογή των καλύτερων πρώτων υλών, η υψηλή ποιότητα, οι συνεχείς έλεγχοι ασφαλείας και τα οφέλη που παρέχει το προϊόν στους καταναλωτές αποτελούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρείας, το οποίο καθιστά το προϊόν "value for money".

Τέλος, η επιχείρηση για να αποδίδει συνεχώς χωρίς λάθη, θα ήταν ωφέλιμο να ελέγχει την τοποθέτηση του προϊόντος της στο μυαλό των καταναλωτών και αν υπάρχουν λάθη να τα διορθώνει μέσω του συστήματος ελέγχου - ανατροφοδότησης.

3.8 Λειτουργική διάσταση του σχεδίου Μάρκετινγκ

Είναι σκόπιμο να καταγραφούν τα εργαλεία του Μάρκετινγκ, τα οποία θα ορίσουν το βραχυχρόνιο προσανατολισμό της υπό ίδρυση μονάδας. Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει θέσει η επιχείρηση, πρέπει να γίνει η σωστή επιλογή των εργαλείων του Μάρκετινγκ, η οποία αποτελεί το λεγόμενο μίγμα Μάρκετινγκ. Επομένως, σαν μίγμα Μάρκετινγκ ορίζονται τα στοιχεία εκείνα που στη βέλτιστη μίξη τους θα δώσουν στο προϊόν την καλύτερη δυνατή διείσδυση και αποδοχή από το αγοραστικό κοινό (target group). Τα στοιχεία αυτά είναι το προϊόν (product), η τιμή (price), η διανομή (place) και η προώθηση (promotion)¹⁷. Γι' αυτό το λόγο έχει επικρατήσει και ο ορισμός των 4P. Αν η εταιρεία καταγράψει ακριβώς τα στοιχεία του μίγματος Μάρκετινγκ και τα ακολουθήσει πιστά τότε, είναι μπορεί να γίνει τη θέση της πιο ισχυρή στην αγορά και να πετύχει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμη η ανάλυση των τεσσάρων στοιχείων του μίγματος Μάρκετινγκ:

- **Προϊόν**
- **Τιμή**
- **Διανομή**
- **Προώθηση**

¹⁷ Kotler P., 1980

➤ Προϊόν

Οι κύριες ποικιλίες επιτραπέζιας ελιάς που θα διανεμηθούν είναι η Καλαμών, η Κονσερβολιά και η Κορωνέικη.

- **Καλαμών:** Η κύρια και καλύτερη ποικιλία ελαιόκαρπου. Πρόκειται για μία ποικιλία επιτραπέζιας ελιάς ονομασίας προέλευσης. Είναι ποικιλία βρώσιμη που τη συναντάμε κυρίως στη Λακωνία και τη Μεσσηνία, και σε σημαντική έκταση στην ευρύτερη περιοχή του Αργινίου. Ωστόσο, η καλλιέργεια της επεκτείνεται ολοένα και περισσότερο, καθώς υπάρχει μεγάλη απήχηση στο εξωτερικό, όπου είναι και η πιο γνωστή ποικιλία. Ο καρπός της είναι μεσαίου ή μεγάλου μεγέθους και έχει υψηλή ποιότητα. Έχει βάρος περίπου 3 με 6 γραμμάρια και μαύρο χρώμα. Η συντήρησή της γίνεται μέσα σε άλμη ή σε ξύδι και συνδυάζεται με αρωματικά φυτά και βότανα. Είναι συμπαγείς και τραγανές. Τρώγονται όπως είναι σαν μεζές, σε σαλάτες και χρησιμοποιούνται σε πολλές συνταγές.



Εικόνα 3. 5: Ελιά καλαμών

Πηγή: https://www.agro24.gr/sites/default/files/field/image/elia_10.jpg

- **Κονσερβολιά:** Πρόκειται για τη μεγαλύτερη ποικιλία επιτραπέζιας ελιάς. Καλλιεργείται κυρίως στη Στερεά Ελλάδα, στις περιοχές του Αργινίου, την Αιτωλοακαρνανία, την Αταλάντη, όπως επίσης στο Βόλο και την Εύβοια. Η συγκεκριμένη ποικιλία περιλαμβάνει τις πράσινες, τις μαύρες και τις ξανθές ελιές. Είναι ποικιλία που αντέχει γενικά σε χαμηλές θερμοκρασίες και το τελικό προϊόν της επεξεργασίας της είναι η μαύρη ελιά Άμφισσας σε άλμη. Μοιάζει μορφολογικά με την ισπανική Manzanilla¹⁸.



Εικόνα 3. 6: Κονσερβολιά

Πηγή: https://ladasfoods.gr/wp-content/uploads/2015/02/PHOTO_AMFISSIS.jpg

¹⁸ Epitr_elia_ellada.pdf

- **Κορωνέϊκη:** Είναι η πιο γνωστή ποικιλία ελιάς στην Ελλάδα, αφού κατέχει το 60% της ελληνικής παραγωγής. Το μέγεθός της είναι μικρό και ωριμάζει από τον Οκτώβριο μέχρι το Δεκέμβριο. Το βάρος της είναι από 0,3 έως 1 γραμμάρια. Γενικά μπορεί να αναπτυχθεί με ελάχιστη περιποίηση και μπορεί να αντέξει σε χαμηλές θερμοκρασίες. Τέλος, είναι ο καρπός που βγάζει την καλύτερη ποιότητα λαδιού σε σχέση με άλλες ποικιλίες.



Εικόνα 3. 7: Ελιά Κορωνέϊκη

Πηγή: <https://fitoriakonstantinou.gr/images/virtuemart/product.jpg>

Εφόσον ορίστηκε το προϊόν που θα διανέμει η εταιρεία, είναι σημαντικό να παρουσιαστούν και οι συσκευασίες στις οποίες θα διατίθεται. Οι συσκευασίες είναι πολύ σημαντικό να προστατεύουν το προϊόν ώστε να συντηρείται χωρίς να χάνει την ποιότητα του και τη γεύση του. Επίσης, μία καλή συσκευασία θα κεντρίσει το ενδιαφέρον του καταναλωτή καθώς δεν είναι λίγοι εκείνοι που επιλέγουν με βάση την εμφάνιση και έτσι θα διαφοροποιήσει το προϊόν από αυτά του ανταγωνισμού. Πιο συγκεκριμένα, η επιτραπέζια ελιά θα συσκευάζεται σε γυάλινα βάζα μεγέθους 212ml, πλαστικά δοχεία 3 κιλών, τενεκέδες 5 λίτρα και κάποιες ποσότητες που θα πωλούνται χύμα σε πλαστικά βαρέλια με οικολογικό χαρακτήρα.



Εικόνα 3. 8: Γυάλινο βάζο 212ml

Πηγή: <https://apimax.gr/apimax-e-shop/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%B1-%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%B1/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%212ml/>



Εικόνα 3. 9: Καπάκι

Πηγή: <https://apimax.gr/apimax-e-shop/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%B1-%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%B1/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%212ml/>



Εικόνα 3. 10: Πλαστικό δοχείο 3kg

Πηγή: <https://apimax.gr/apimax-e-shop/inox-%ce%ba%ce%b1%ce%b4%ce%bf%ce%b9-%ce%b4%ce%bf%cf%87%ce%b5%ce%b9%ce%b1/%ce%b4%ce%bf%cf%87%ce%>



Εικόνα 3. 11: Τενεκές 5lt

Πηγή: <https://www.rigatos-shop.gr/%CF%80%CE%BB>

Η επωνυμία της υπό ίδρυση μονάδας είναι «**OliveGreen**» και κάθε συσκευασία θα φέρει την επωνυμία και τα στοιχεία της επιχείρησης σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

➤ Τιμή

Η τιμή που θα πωλείται το προϊόν είναι καθοριστικής σημασίας για τα κέρδη της επιχείρησης σε συνδυασμό με το μείγμα μάρκετινγκ. Η διαρκής παρουσία της επιτραπέζιας ελιάς στην αγορά και μία ικανοποιητική τιμή θα προσδίδουν σταθερά έσοδα για την επιχείρηση. Με βάση την τιμολόγηση, η επιχείρηση θα καταφέρει να ανταπεξέλθει στα ποσά του κόστους παραγωγής, του κόστους διανομής και του κόστους προώθησης.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τιμολόγηση μπορεί να είναι εσωτερικοί ή εξωτερικοί.

Εσωτερικοί παράγοντες

Εννοούνται οι παράγοντες που ελέγχονται από την επιχείρηση, όμως η αλλαγή τους μπορεί να μην είναι τόσο εύκολη. Για παράδειγμα, μία αλλαγή θα μπορούσε να αφορά στην παραγωγική διαδικασία και μπορεί να χρειάζεται σημαντικό κόστος, χρόνος και ίσως να επανασχεδιαστεί η συγκεκριμένη διαδικασία. Οι εσωτερικοί παράγοντες περιλαμβάνουν:

- Σταθερά και μεταβλητά κόστη
- Στόχοι και στρατηγικές της εταιρείας
- Τμήματα αγοράς, αποφάσεις στόχευσης και τοποθέτησης

Εξωτερικοί παράγοντες

Εννοούνται οι παράγοντες που δεν ελέγχονται από την εταιρεία και είναι πολύ σημαντική για τη μέθοδο τιμολόγησης. Οι εξωτερικοί παράγοντες μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Ανταγωνιστές
- Συμπεριφορά της αγοράς
- Βιομηχανικές τάσεις
- Βιομηχανικοί ή νομικοί περιορισμοί

Η τιμή είναι η αξία που μετράται σε χρηματική περίοδο στο τμήμα της συναλλαγής μεταξύ δύο μερών, όπου ο αγοραστής πρέπει να δώσει κάτι επάνω (την τιμή) για να κερδίσει κάτι που προσφέρει το άλλο μέρος ή ο πωλητής. Η τιμολόγηση είναι πιο σύνθετη καθώς λαμβάνει υπόψη την προσφορά και τη ζήτηση, την πραγματική αξία του αντικειμένου και την αντιληπτή αξία του στο μυαλό του καταναλωτή. Αν μια τιμή είναι πολύ υψηλή ή πολύ χαμηλή θα οδηγήσει σε ανεπιτυχείς πωλήσεις εκτός αν πρόκειται για skimming pricing, στο οποίο θα θέσει στην αρχή υψηλή τιμή και στη συνέχεια θα τη μειώσει σιγά σιγά. Στόχος είναι να αυξηθούν τα κέρδη της αγοράς. Η τιμολόγηση διείσδυσης (penetration pricing) είναι αυτή όπου η επιχείρηση θέτει μια χαμηλή τιμή για να αυξήσει τις πωλήσεις και όταν ο στόχος υλοποιηθεί, τότε η επιχείρηση μπορεί να αυξήσει την τιμή της.

Στην υπό ίδρυση μονάδα η τιμολόγηση θα είναι η competition strategy. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές των προϊόντων της μονάδας θα βασίζονται στις τιμές των ανταγωνιστών της. Στη συγκεκριμένη στρατηγική δίνεται μικρότερη αξία στο κόστος ή στη ζήτηση και χρησιμοποιείται όταν το κόστος ή οι αντιδράσεις των καταναλωτών δε μπορούν να υπολογιστούν εύκολα. Σύμφωνα με τους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση και τη στρατηγική που θα ακολουθήσει, θα διαμορφωθεί και αναλόγως η τιμή, η οποία μπορεί να είναι μικρότερη, μεγαλύτερη ή ίση με τη τιμή των ανταγωνιστών. Ωστόσο, θα υπάρχει και μία διάκριση τιμών (price discrimination), όσον αφορά τα κανάλια διανομής και την ποσότητα. Ιδιαίτερη και ίσως πιο ευνοϊκή μεταχείριση θα γίνεται όταν ζητούνται μεγάλες ποσότητες σε σχέση με μικρότερες.

➤ **Διανομή**

Όπως αναφέρθηκε και στην ενότητα 3.1.4, στόχος της επιχείρησης είναι οι χώροι εστίασης στην Ελλάδα, η HO.RE.CA, τα νοικοκυριά, οι τουρίστες κι η διανομή θα γίνεται είτε μέσω προμηθευτών είτε ανεξάρτητα. Οι χονδρέμποροι θα προμηθεύουν με ελαιόκαρπους τους χώρους εστίασης. Όταν η διανομή γίνεται μέσω προμηθευτών, οι διαδικασίες θα υλοποιούνται από τους μεσάζοντες που θα αγοράζουν την παραγόμενη ποσότητα. Η αμοιβή τους θα γίνεται με προμήθεια επί της αξίας των εμπορευμάτων ή το περιθωρίου κέρδους στην τιμή πώλησης. Ωστόσο, ο μεσάζοντας μπορεί να συνεργάζεται με τον πωλητή και τον αγοραστή με σκοπό να μη χάνεται χρόνος από την πλευρά της εταιρείας.

➤ **Πρώθηση**

Η πρώθηση ενός προϊόντος αφορά στον τελικό καταναλωτή και στόχο έχει να τον πείσει ότι είναι ένα ποιοτικό προϊόν για να επιθυμεί να το αγοράσει ξανά και να γίνει ένας πιστός αγοραστής και ένας ενθουσιασμένος καταναλωτής.

Υπάρχουν αρκετοί τρόποι μέσω των οποίων μπορεί να προωθηθεί το συγκεκριμένο προϊόν, με το διαδίκτυο να αποτελεί το πιο άμεσο μέσο πληροφόρησης και πρώθησης μέσω της στοχευόμενης διαφήμισης προς τους καταναλωτές που εκδηλώνουν ενδιαφέρον.

Η πρώθηση του προϊόντος θα γίνει μέσω της δημιουργίας μίας ηλεκτρονικής σελίδας που θα αποτελεί τον επίσημο ιστότοπο της επιχείρησης στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα. Στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα θα παρουσιάζονται τα προϊόντα και οι συσκευασίες τους, καθώς θα δίνεται έμφαση στα πλεονεκτήματα της επιτραπέζιας ελιάς και στα οφέλη που έχει για την υγεία των καταναλωτών. Ταυτόχρονα θα αναφέρονται τα συστήματα παραγωγής και διασφάλισης ποιότητας. Αναφορά θα γίνεται και στην περιοχή της Λακωνίας για το κλίμα και τα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά της. Θα υπάρχει συγκεκριμένο πεδίο όπου οι καταναλωτές θα μπορούν να ρωτούν για οποιαδήποτε απορία έχουν σχετικά που το προϊόν, ενώ ενδιαφέρον θα ήταν να δημοσιεύονται συνεντεύξεις με ελαιοπαραγωγούς και γνώστες του κλάδου γενικότερα. Στην

ιστοσελίδα θα υπάρχει ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop), μέσω του οποίου οι καταναλωτές θα μπορούν να αγοράζουν το προϊόν της προτίμησής τους.

Η δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop), όπως και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν δύο εξελιγμένες και σχετικά ανέξοδες ενέργειες προώθησης. Είναι σημαντικό για την επιχείρηση να διαθέτει εταιρικό προφίλ σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, Twitter, Instagram, ώστε να έχει επαφή με τους πελάτες της και να βλέπει τα σχόλια των καταναλωτών για να βελτιώνεται. Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η επιχείρηση μπορεί να προβάλλει προσφορές, εκπτώσεις και διαγωνισμούς, ώστε να προσελκύει το ενδιαφέρον των καταναλωτών.

Η συμμετοχή σε εκθέσεις και διαγωνισμούς που λαμβάνουν χώρα στο πλαίσιο των ετήσιων φεστιβάλ ελαιολάδου και επιτραπέζιας ελιάς τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, θα αναδείκνυε το προϊόν και θα το γνωστοποιούσε γρηγορότερα στο ευρύ κοινό. Επίσης, η επιχείρηση προβάλλοντας την κοινωνική της συνείδηση και βοηθώντας φυσικά και νομικά πρόσωπα που έχουν ανάγκη, θα είναι παρούσα σε φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και σε κοινωνικά δρώμενα προσφέροντας χρηματικές χορηγίες.

3.9 Κόστος Μάρκετινγκ

Το κόστος λειτουργίας του Μάρκετινγκ αποτελεί ένα από τα βασικά κόστη της υπό ίδρυση μονάδας και είναι ικανό να μειώσει σε μεγάλο βαθμό τα έσοδά της. Συγκεκριμένα, το κόστος Μάρκετινγκ περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες που πρόκειται να καταβάλλει η υπό εξέταση μονάδα για τη διανομή και την προώθηση των προϊόντων της.

Πίνακας 3. 16: Εκτίμηση κόστους Μάρκετινγκ ανά έτος (2021-2025)

Έτος	Συνολικές πωλήσεις(kg)	Κόστος Μάρκετινγκ(€)
2021	2.500.000	90.050
2022	2.530.000	90.500
2023	2.710.000	91.900
2024	2.770.000	95.000
2025	2.830.000	98.040

Κεφάλαιο 4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

4.1 Εισαγωγή

Η πρώτη ύλη, η οποία θα χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση θα είναι η επιτραπέζια ελιά που θα επεξεργαστεί, θα συσκευαστεί και θα πωληθεί στην εγχώρια αγορά. Η επιχείρηση θα εφοδιάζεται με το προϊόν μέσω των παραγωγών ύστερα από τη συγκομιδή του. Από τους παραγωγούς θα αγοράζεται περίπου ποσότητα 820.000 κιλών κατά το πρώτο έτος λειτουργίας. Για τα επόμενα έτη τα κιλά διαμορφώνονται ως εξής: για το 2021 στα 820.000 κιλά, για το 2022 στα 840.000 κιλά, για το 2023 στα 903.000, για το 2024 στα 920.000 και για το 2025 στα 940.000. Η ποσότητα αυτή αγοράζεται έναντι 1,10€/kg ανάλογα το μέγεθος του ελαιόκαρπου για τις μαύρες ελιές. Ωστόσο, οι τιμές μεταβάλλονται ανάλογα με το έτος και τη διαθεσιμότητα των ποσοτήτων. Όλες οι επιτραπέζιες ελιές που θα τυποποιούνται θα αγοράζονται από παραγωγούς της ευρύτερης περιοχής της Λακωνίας, καθώς όπως αναφέρθηκε παραπάνω το προϊόν της περιοχής αυτής προτιμάται ιδιαίτερα από τους καταναλωτές. Παρατηρείται ότι το κέρδος δεν θα είναι ιδιαίτερα μεγάλο σε σχέση με τις δαπάνες που θα έχει η επιχείρηση. Αυτό όμως, θα αποτελέσει αφορμή για συνεχή βελτίωση των διαδικασιών. Η εταιρεία θα βρίσκεται σε άμεση συνεργασία κι επικοινωνία με τους παραγωγούς της και θα μπορεί να τους προτείνει τρόπους συγκομιδής ή γενικότερης φροντίδας για την παραγωγή των ελαιόκαρπων, ώστε να επιτευχθεί η παραγωγή ενός υψηλά ποιοτικού προϊόντος.

4.2 Εφόδια εγκατάστασης

Παρακάτω αναλύονται τα εφόδια εγκατάστασης της επιχείρησης, τα οποία είναι απαραίτητα για τη λειτουργία της και την επίτευξη των στόχων μάρκετινγκ.

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας η μονάδα θα συσκευάζει 820.000kg. Για να φτάσει στον τελικό καταναλωτή το προϊόν πρέπει να έχει την κατάλληλη συσκευασία με τα εξής χαρακτηριστικά. Οι συσκευασίες θα είναι γυάλινα βάζα 212ml με το καπάκι που θα κλείνει από πάνω, πλαστικά δοχεία 3 κιλών και τενεκέδες 5 λίτρων. Τα γυάλινα βάζα θα συσκευάζονται σε 15 χαρτοκιβώτια διαστάσεων 260x195x230mm και θα μεταφέρονται ανά 112 σε ευρωπαϊκές διαστάσεων 1,2x0,8m. Ανάμεσα σε κάθε χαρτοκιβώτιο θα υπάρχει ένας διαχωριστής βάζων για να μην σπάει η συσκευασία. Με αυτό τον τρόπο σε κάθε container θα τοποθετούνται 10 ευρωπαϊκές. Κάθε συσκευασία θα έχει επάνω την ετικέτα της που θα παρουσιάζει τα συστατικά του προϊόντος, την επωνυμία και τις πληροφορίες που ορίζονται από το νόμο.



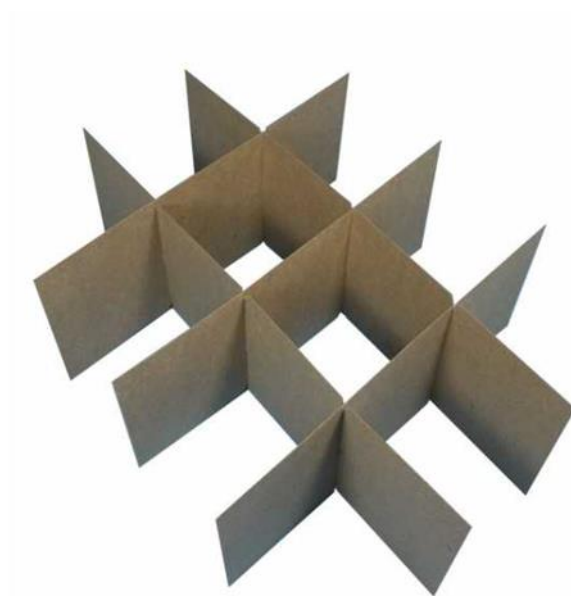
Εικόνα 4. 1: Γυάλινο βάζο

Πηγή: <https://apimax.gr/apimax-e-shop/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%B1-%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%B1/%CE%B2%CE%B1%CE%B6%CE%212ml/>



Εικόνα 4. 2: Ευρωπαϊκά

Πηγή: <https://www.trendy.com.gr/pallets.htm>



Εικόνα 4. 3: Διαχωριστής βάζων

Πηγή: <https://www.pako.gr/diachoristis-mpoukalion-12-theseon4002057.html>

Πρέπει να παρέχεται συνεχώς ηλεκτρικό ρεύμα στην επιχείρηση, ώστε να είναι δυνατή η λειτουργία όλων των μηχανημάτων παραγωγής, των γραφείων και των χώρων της επιχείρησης, όπως είναι ο φωτισμός του χώρου εργασίας. Παράλληλα είναι απαραίτητη η λειτουργία ενός συστήματος κλιματισμού που θα διατηρεί το προϊόν και τις δεξαμενές σε θερμοκρασία 23-26°C. Ακόμα, η επιχείρηση πρέπει να διαθέτει γεννήτριες που θα λειτουργούν σε περίπτωση διακοπής ρεύματος.

Το νερό είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας των εγκαταστάσεων του συσκευαστηρίου και είναι ακόμα σημαντικό να παρέχεται σταθερά. Το νερό χρειάζεται για το καθαρισμό της γραμμής παραγωγής και των χώρων της επιχείρησης.

Σχετικά με τη διάθεση των αποβλήτων, θα προέρχονται από τον καθαρισμό των μηχανημάτων και των δεξαμενών και θα αποθηκεύονται σε σύστημα υπονόμων που θα αδειάζει συχνά. Οι δεξαμενές και οι χώροι της επιχείρησης θα καθαρίζονται με απορρυπαντικά που δε θα έρχονται σε επαφή με τα προϊόντα.

Στο μηχανολογικό εξοπλισμό θα γίνεται συντήρηση συνεχώς. Ωστόσο, κάποια στιγμή θα χρειαστεί να αντικατασταθούν κάποια μηχανήματα ή εξαρτήματα. Γι' αυτό το λόγο χρειάζονται κάποια ανταλλακτικά που θα υπάρχουν σε απόθεμα στην αποθήκη ώστε σε περίπτωση διακοπής της λειτουργίας να αντικατασταθούν άμεσα και να μη δημιουργήσουν προβλήματα στην παραγωγή.

Το ανθρώπινο δυναμικό που θα εργάζεται στη γραμμή παραγωγής και συσκευασίας πρέπει να φορά την κατάλληλη στολή εργασίας, εφόσον πρόκειται για ένα εργοστάσιο τροφίμων όπου χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για λόγους υγιεινής και προστασίας των υπαλλήλων. Θα χρησιμοποιούνται γάντια, μάσκες και νάιλον για τα παπούτσια. Ακόμα, θα υπάρχει φαρμακείο με είδη παροχής πρώτων βοηθειών. Επιπρόσθετα, θα χρειαστούν κάποια άλλα εφόδια, όπως είναι η γραφική ύλη και τα αναλώσιμα.

4.3 Διαθεσιμότητα και προμήθειες

Οι πρώτες ύλες που χρειάζεται η εταιρεία θα προέρχονται από τους παραγωγούς της ευρύτερης περιοχής της Λακωνίας. Η καλλιέργεια των καρπών θα γίνεται με πιστοποιημένο βιολογικό τρόπο και θα ελέγχονται από την επιχείρηση πριν την παραλαβή τους. Για να ισχυροποιήσει την ανταγωνιστικότητά της η επιχείρηση θα πληρώνει άμεσα τους παραγωγούς σε συντομότερο χρόνο σε σχέση με τους ανταγωνιστές και θα δίνει υψηλότερες τιμές. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία θα προμηθεύεται τις συσκευασίες της από την APIMAX και τα καπάκια από την RIGATOS, που ειδικεύεται στον τομέα της εμπορίας συσκευασιών και η αγορά τους θα γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να μη δημιουργούνται κενά ή ελλείψεις. Για να δημιουργηθούν αποθέματα πρέπει να δεσμευτούν τα χρήματα ώστε ο χρόνος παράδοσης των προϊόντων να μην αποκλίνει από αυτόν που έχει συμφωνηθεί. Ιδιαίτερη σημασία θα δίνεται στην αποθήκευση του αποθέματος ώστε να αποφευχθεί οποιαδήποτε ζημία ή αλλοίωση του προϊόντος εφόσον η εταιρεία θα λειτουργεί σύμφωνα με τους κανόνες HACCP και ISO για την ασφάλεια και την υγιεινή των τροφίμων.

Τα χαρτοκιβώτια που θα χρειαστεί η επιχείρηση για τη λειτουργία της και οι διαχωριστές βάζων θα αγοράζονται από την χαρτοβιομηχανία ΠΑΚΟ Α.Ε. στην Κόρινθο, με την οποία οι ιδιοκτήτες γνωρίζονται και θα μπορέσει έτσι να επιτευχθεί μία ευκολότερη συμφωνία. Από την αρχή θα έχουν συμφωνηθεί οι κανόνες που θα ακολουθούνται και από τις δύο πλευρές, όπως είναι η τήρηση του χρόνου, ώστε να υπάρχει μια άριστη συνεργασία μεταξύ τους και να μην υφίστανται προβλήματα. Τα απορρυπαντικά θα προμηθεύονται από άλλες επιχειρήσεις στην ευρύτερη περιοχή της Λακωνίας ώστε να γίνεται καλός καθαρισμός στους χώρους του συσκευαστηρίου και γενικότερα του εργοστασίου. Είναι άκρως απαραίτητο να τηρούνται οι κανόνες υγιεινής.

4.4 Μάρκετινγκ προμηθειών

Για να εξασφαλιστεί η ορθή λειτουργία της επιχείρησης είναι σκόπιμο να έχει σχεδιαστεί από πριν το μάρκετινγκ προμηθειών. Ο στόχος του σχεδιασμού του μάρκετινγκ προμηθειών είναι να μειωθεί στο λιγότερο δυνατό το κόστος και ο κίνδυνος και να αναπτυχθεί μία καλή συνεργασία μεταξύ της εταιρείας και των προμηθευτών της. Για να είναι αποτελεσματικός ο σχεδιασμός αυτός απαιτείται καλή γνώση της αγοράς, των εξελίξεων και των αλλαγών που θα προκύπτουν. Επομένως, χρειάζεται ένα πολύ καλά εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο θα επιμορφώνεται συνεχώς και στην πορεία θα αποκτήσει και την εμπειρία που χρειάζεται.

Ο δεύτερος στόχος του μάρκετινγκ προμηθειών είναι η μείωση του κινδύνου και η αξιοπιστία των προμηθευτών. Με αυτό τον τρόπο, η εταιρεία θα εξασφαλίσει αξιόπιστες ποσότητες, ποιότητες και τους χρόνους παραλαβής των εμπορευμάτων σε λογική τιμή. Για την αποφυγή του κινδύνου της έλλειψης ρευστότητας, η OliveGreen θα συνάπτει συμφωνίες αποκλειστικά και μόνο με επιχειρήσεις που θα διαθέτουν καλή φήμη.

Ο τρίτος στόχος του μάρκετινγκ προμηθειών είναι η δημιουργία μίας καλής σχέσης μεταξύ των προμηθευτών. Η καλή σχέση μεταξύ της εταιρείας και των προμηθευτών θα οδηγήσει στη δημιουργία μίας αμοιβαίας σχέσης εμπιστοσύνης που θα κάνει τη συνεργασία ευκολότερη. Το μάρκετινγκ προμηθειών γίνεται για να ισχυροποιηθεί η θέση της εταιρείας στην αγορά και αυτό προκύπτει με την είσοδό της στις αγορές του εξωτερικού και την τήρηση συμφωνιών με τους προμηθευτές της.

Ένας προμηθευτής θα επιλέγεται με βάση το κατά πόσο μπορεί να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις της επιχείρησης, όπως θα έχει προ συμφωνηθεί. Πιο συγκεκριμένα, το οικονομικό τμήμα της εταιρείας, ύστερα από έρευνα αγοράς, θα προτείνει εναλλακτικές λύσεις προμηθευτών και θα επιλέγει τον κατάλληλο. Επομένως, θα γίνεται πρώτα ο εντοπισμός και μετά η καταγραφή όλων των διαθέσιμων προμηθευτών, οι οποίοι θα αξιολογούνται συνεχώς.

Τα κριτήρια επιλογής ενός προμηθευτή είναι τα εξής:

- Έγκαιρη παράδοση της παραγγελίας με τα προσυμφωνημένα χαρακτηριστικά και την προσυμφωνημένη τιμή. Δηλαδή τα προϊόντα που θα αγοράζονται από τον προμηθευτή θα παραδίδονται έγκαιρα στην επιχείρηση και θα διαθέτουν τα χαρακτηριστικά που έχουν συμφωνηθεί.
- Σωστή τιμολόγηση των προϊόντων. Ο προμηθευτής θα τιμολογεί σωστά τα προϊόντα και με ακρίβεια. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι προμηθευτές τιμολογούν στο περίπου, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για χαμηλές τιμές αγαθών.
- Άμεση ανταπόκριση σε αλλαγές που τυχόν προκύψουν στην εταιρεία, όπως για παράδειγμα η πιο γρήγορη παράδοση λόγω έκτακτων παραγγελιών.
- Παρακολούθηση της αγοράς και των αλλαγών στη νομοθεσία και βελτίωση των προϊόντων βάσει αυτών.

Ωστόσο, πολλές φορές δεν εντοπίζεται ένας προμηθευτής που να καλύπτει όλα τα παραπάνω κριτήρια επιλογής. Γι' αυτό το λόγο είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται κι άλλες μέθοδοι αξιολόγησης όπως είναι:

1. Αξιολόγηση των προμηθευτών που συνεργάζεται η εταιρεία σχετικά με τις τιμές, τους χρόνους παράδοσης και τα ελαττωματικά προϊόντα.
2. Αξιολόγηση των προμηθευτών που θα μπορούσε να συνεργαστεί στο μέλλον εταιρεία ως προς τις ικανότητες τους.

Η επιλογή περισσότερων προμηθευτών είναι ιδιαίτερης σημασίας διότι δημιουργεί ανταγωνισμό μεταξύ τους και οδηγεί σε καλύτερη εξυπηρέτηση και σε μείωση του κινδύνου. Για την αποτελεσματική λειτουργία της μονάδας και για την εκτέλεση των παραγγελιών στην καθορισμένη ημερομηνία παράδοσης είναι απαραίτητο να δομηθεί ένα πρόγραμμα προμηθειών.

Το πρόγραμμα προμηθειών θα περιλαμβάνει:

- Προσδιορισμό των πηγών προμηθειών
- Συμφωνίες και διατάξεις
- Ποσότητα και ποιότητα εφοδίων
- Τον τρόπο και την ημερομηνία παράδοσης

- Τον τρόπο μεταφοράς και αποθήκευσης
- Την εκτίμηση του κινδύνου

4.5 Πρόγραμμα προμηθειών

Η επιχείρηση θα έχει συμφωνήσει από πριν τις ποσότητες και τους όρους συνεργασίας μέσα στους οποίους θα περιλαμβάνονται πιο συγκεκριμένα οι προδιαγραφές και οι προϋποθέσεις για τις πρώτες ύλες και τα υπόλοιπα εφόδια. Αναλυτικότερα για τις πρώτες ύλες θα ισχύουν τα εξής:

➤ **Ελιά Καλαμών**

Ο καρπός πρέπει να είναι ώριμος και απαλλαγμένος από το κόκκινο χρώμα των προηγούμενων σταδίων ωριμότητάς του. Το χρώμα δηλαδή να είναι μαύρο. Δεν πρέπει να είναι ζαρωμένος και να είναι συνεκτικός χωρίς να είναι μαλακός. Το μέγεθος του καρπού εξαρτάται από την ωρίμανσή του και δε πρέπει να έχει σημάδια από ασθένειες, όπως είναι ο δάκος.

➤ **Κονσερβολιά**

Η συλλογή του καρπού πρέπει να γίνει προτού κοκκινίσει και να μην είναι ζαρωμένος και μαλακός, αλλά συνεκτικός. Το μέγεθος του καρπού, όπως και στην ελιά καλαμών, εξαρτάται από την ωρίμανσή του και δε πρέπει να έχει σημάδια από ασθένειες, όπως είναι ο δάκος.

➤ **Κορωνέικη Ελιά**

Ο καρπός πρέπει να είναι ώριμος και δεν πρέπει να είναι ζαρωμένος. Ακόμα, πρέπει να είναι συνεκτικός και να μην είναι μαλακός. Για το μέγεθος και την εμφάνιση ισχύει και εδώ ό, τι και στις προηγούμενες ποικιλίες.

➤ **Ηλεκτρικό ρεύμα**

Η εταιρεία που παρέχει ηλεκτρικό ρεύμα είναι η Δημόσια Υπηρεσία Ηλεκτρισμού (Δ.Ε.Η.), η οποία ορίζει και τις προδιαγραφές του ρεύματος. Η «OliveGreen» θα χρειαστεί περίπου 150.000kw/h για τις ανάγκες της ηλεκτροδότησης.

➤ **Νερό**

Η παροχή του πόσιμου νερού θα γίνεται από την Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Σπάρτης και θα γίνονται συχνά αναλύσεις για την ποιότητά του. Το νερό που θα προμηθεύεται η εταιρεία υπολογίζεται περίπου στους 1.500 τόνους ετησίως.

➤ **Υλικά συσκευασίας**

Σύμφωνα με τους στόχους παραγωγής και έπειτα από υπολογισμούς και μελέτη ώστε να καλύπτεται ακριβώς η παραγόμενη ποσότητα και να υπάρχει επάρκεια, οι συσκευασίες θα είναι 500.000 γυάλινα βάζα 212ml με κόστος 0,35€ και τα καπάκια τους 500.000 με κόστος 0,10€. Τα πλαστικά δοχεία θα είναι 400.000 που θα κοστίζουν 1,20€ και 400.000 τενεκέδες στα 2,80€. Έτσι, θα αποφευχθούν οι ελλείψεις στα υλικά συσκευασίας.

➤ **Απορρυπαντικά**

Τα απορρυπαντικά θα προμηθεύονται από την εταιρεία «Κουστένης Γ.» και η επιλογή τους βασίζεται στη τιμή και στη δραστικότητα τους. Η επιχείρηση θα χρειαστεί περίπου 3.000 λίτρα απορρυπαντικών για τον καθαρισμό της.

➤ **Στολή εργασίας**

Οι στολές εργασίας πρέπει να προστατεύουν τους υπαλλήλους και το προϊόν, να είναι άνετες και ανθεκτικές και να είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Ο εξοπλισμός θα προμηθεύεται από την «Workmarket» και τα γάντια, οι μάσκες και τα νάιλον για τα παπούτσια από την Pharmacy4u. Για την επιχείρηση θα χρειαστούν 20 στολές εργασίας, 1.500 γάντια και μάσκες και 1.000 καλύμματα για τα παπούτσια.

Επίσης, για κάθε εξάρτημα των μηχανημάτων θα αγοραστεί και ένα ανταλλακτικό σε περίπτωση ζημιάς.

Εκτίμηση του κινδύνου

Η επιχείρηση πρέπει να υπολογίσει όλους τους πιθανούς κινδύνους που μπορεί να προκύψουν και να φροντίσει ώστε να είναι έτοιμη ανά πάσα στιγμή να τους αντιμετωπίσει. Ενδεικτικά, κάποιιοι από τους κινδύνους που ελλοχεύουν μπορεί να είναι να μην καταφέρουν οι προμηθευτές να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους ή να καθυστερήσουν την παράδοση, να παρουσιαστούν προβλήματα στην ποιότητα των προϊόντων, προβλήματα στη μεταφορά ή ακόμα και στην αποθήκευσή τους.

4.6 Τελική επιλογή και αξιολόγηση προμηθευτών

Με βάση τα κριτήρια που αναφέρθηκαν παραπάνω θα επιλεγούν οι προμηθευτές. Επίσης, θα ελεγχθεί η περιοχή που εδρεύει ο κάθε προμηθευτής, ποιοι είναι οι πελάτες του και τα οικονομικά του στοιχεία.

Στον πίνακα 4.1 παρουσιάζονται οι προμηθευτές των πρώτων υλών και η αξιολόγησή τους ανάλογα με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα τους. Τα στοιχεία προήλθαν από έρευνα που έγινε στην αγορά και τους προμηθευτές.

Πίνακας 4. 1: Χαρακτηριστικά προμηθευτών

Εισροή	Επωνυμία προμηθευτή	Αξιοπιστία	Ποιότητα	Τρόπος εξόφλησης
Γυάλινα βάζα	ΑΡΙΜΑΧ	Πολύ καλή	Πολύ καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Καπάκια	ΑΡΙΜΑΧ	Υψηλή	Πολύ καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Πλαστικά δοχεία	ΑΡΙΜΑΧ	Πολύ καλή	Πολύ καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Τενεκέδες	ΡΙΓΑΤΟΣ	Πολύ καλή	Πολύ καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Ηλεκτρική ενέργεια	ΔΕΗ	Πολύ καλή	Υψηλή	Διμηνιαίος λογαριασμός
Νερό	ΔΕΥΑ Λακωνίας	Πολύ καλή	Υψηλή	Τετραμηνιαίος λογαριασμός
Χαρτοκιβώτια	ΠΑΚΟ Α.Ε.	Υψηλή	Καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Διαχωριστές βάζων	ΠΑΚΟ Α.Ε.	Υψηλή	Καλή	Επί πιστώσει/μετρητά
Ευρωπαϊέτες	Βιοεξύλ Ε.Π.Ε.	Πολύ καλή	Πολύ καλή	Επί πιστώσει/μετρητά

Ανταλλακτικά	Inox Vessel Hellas	Υψηλή	Υψηλή	Πιστωτική κάρτα
Στολές εργασίας	Workmarket-	Υψηλή	Καλή	Πιστωτική κάρτα
Γάντια, Μάσκες Καλύμματα παπουτσιών	Pharmacy4u	Υψηλή	Καλή	Πιστωτική κάρτα
Φαρμακευτικός Εξοπλισμός	Βάρλα Β.	Υψηλή	Υψηλή	Μετρητά
Απορρυπαντικά	Κουστένης Γ.	Καλή	Υψηλή	Μετρητά

Οι συμφωνίες που θα συνάψει η εταιρεία με τους προμηθευτές της θα είναι κατανοητές και ξεκάθαρες. Θα γίνονται μετά από συζητήσεις και θα ωφελούν και τη μία εταιρεία και την άλλη και θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες που προκύπτουν, προκειμένου να υπάρχει μία ομαλή συνεργασία και κατ' επέκταση άριστη εξυπηρέτηση πελατών. Όσον αφορά τις ποιότητες και τις ποσότητες που θα χρησιμοποιηθούν, θα έχουν συμφωνηθεί από πριν για να αποφευχθούν καθυστερήσεις ή ελλείψεις και λάθη. Η μεταφορά των πρώτων υλών στο χώρο της εταιρείας θα πραγματοποιείται από τους προμηθευτές με τη χρήση φορητών ή αγροτικών και τα έξοδα της μεταφοράς τους θα έχουν υπολογιστεί ήδη μέσα στο ποσό πληρωμής τους. Υπολογίζεται ότι η «OliveGreen» θα αποκτήσει δικό της φορητό στα επόμενα έτη όταν αυξηθεί η παραγωγή. Οι επιτραπέζιες ελιές που θα παραλαμβάνει η μονάδα θα αποθηκεύονται σε δεξαμενές με βάση την ποικιλία τους και θα είναι έτσι φτιαγμένες ώστε να μην αλλοιώνεται η γεύση και η ποιότητά τους.

4.7 Κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα υπολογιστεί ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία που πρέπει να ορίσει η επιχείρηση για να προστατέψει τη βιωσιμότητά της. Είναι τα κόστη που απαιτούνται για την αγορά των πρώτων υλών και των εφοδίων, τα οποία θα μειώσουν τα έσοδα της επιχείρησης αφού εντάσσονται στα έξοδά της. Το συνολικό κόστος θα υπολογιστεί λαμβάνοντας υπόψη την ποσότητα και την τιμή του κάθε εφοδίου. Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας που υπολογίζει το κόστος παραγωγής πρώτων υλών και άλλων εφοδίων και βασίστηκε σε έρευνα της αγοράς με τιμές που υφίστανται αυτή την περίοδο.

Πίνακας 4. 2: Εκτίμηση κόστους παραγωγής πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Εισροή	Ποσότητα (ανά έτος)	Κόστος (ανά μονάδα)	Κόστος (€)
Ελαιόκαρπος	820.000 kg	1,10€	17.600
Γυάλινα βάζα	500.000 τεμ.	0,35€/τεμ.	175.000
Καπάκια	500.000 τεμ.	0,05€/τεμ.	25.000
Πλαστικά δοχεία	400.000 τεμ.	1,10€/τεμ.	440.000
Τενεκέδες	400.000 τεμ.	1,80€/τεμ.	720.000
Ηλεκτρική ενέργεια	150.000 kw/h	0,0946€/kw/h	14.190
Νερό	1.500 τόνοι	1€/τόνο	1.500
Χαρτοκιβώτια	300.000 τεμ.	0,20€/τεμ.	60.000
Διαχωριστές βάζων	300.000 τεμ.	0,40€	120.000
Ευρωπαϊάτες	500.000 τεμ.	0,50€	250.000
Στολές εργασίας	20 τεμ.	9€/τεμ.	180

Γάντια	1.500 ζεύγη	0,05€/ζευγ.	75
Μάσκες	1.500 τεμ.	0,05€/τεμ.	75
Καλύμματα παπουτσιών	1.000 τεμ.	0,08€/τεμ.	80
Απορρυπαντικά	3.000lt	0,15€/lt	450
Συνολικό κόστος			1.824.150

Κεφάλαιο 5 Μηχανολογικά και τεχνολογία

5.1 Πρόγραμμα παραγωγής και δυναμικότητα της μονάδας

Το πρόγραμμα παραγωγής είναι σημαντικό να ορίζεται με βάση τους στόχους που έχει θέσει μία επιχείρηση ώστε να λειτουργεί σωστά. Πιο συγκεκριμένα, σε αυτό το κεφάλαιο θα καθοριστεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός και η τεχνολογία που απαιτούνται για τη συσκευασία του προϊόντος. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός πρέπει να τοποθετηθεί σωστά στο χώρο ώστε να διευκολύνει τη διαδικασία και εξαρτάται από τις παραγωγικές ανάγκες της επιχείρησης και η τεχνολογία από τις απαιτήσεις που προέρχονται επίσης από την παραγωγή. Η τεχνολογία πρέπει να συνδυάζεται με τη μηχανολογική δραστηριότητα της εταιρείας.

Οι παραγωγικοί στόχοι της επιχείρησης, οι οποίοι αναφέρθηκαν στο Μάρκετινγκ της παρούσας εργασίας, θα καθορίσουν το πρόγραμμα παραγωγής, το οποίο πρέπει να προσαρμοστεί ανάλογα με τη ποσότητα των πωλήσεων που έχει οριστεί προκειμένου η επιχείρηση να έχει τα έσοδα που έχουν προβλεφθεί. Επίσης, το πρόγραμμα παραγωγής πρέπει να είναι ανάλογο του όγκου των προμηθειών και προσαρμοσμένο έτσι ώστε να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε πρόβλημα εμφανιστεί στις διαδικασίες παραγωγής.

Στόχος της επιχείρησης είναι να επεξεργάζεται και να συσκευάζει 820.000 κιλά περίπου επιτραπέζιας ελιάς ετησίως. Κατά το πρώτος έτος λειτουργίας, η δυναμικότητα της μονάδας θα είναι στο 90%, δηλαδή να συσκευάσει 738.000 κιλά προϊόντος. Στόχος της μονάδας για τα επόμενα έτη είναι να φτάσει στο 100% της δυναμικότητάς της. Τον Αύγουστο και στις γιορτές των Χριστουγέννων και του Πάσχα, οι εργαζόμενοι θα έχουν άδεια και αυτό πρέπει να υπολογιστεί στο πρόγραμμα. Η λειτουργία της επιχείρησης θα γίνεται με μια βάρδια ανά ημέρα, δηλαδή με 8 ώρες την ημέρα για 250 ημέρες εργασίας στο σύνολο του έτους. Με βάση αυτό, η επιχείρηση θα συσκευάζει περίπου 3.280 κιλά επιτραπέζιας ελιάς την ημέρα.

5.2 Πρόγραμμα τεχνολογίας

5.2.1 Ανάλυση παραγωγικής διαδικασίας

Η διαδικασία που ακολουθείται με τον αντίστοιχο μηχανολογικό εξοπλισμό για να καταλήξει το προϊόν στον τελικό καταναλωτή περιγράφεται παρακάτω. Αρχικά, η επιχείρηση πρέπει να βρει και να επιλέξει παραγωγούς που θα προσφέρουν καλό προϊόν με σωστές προδιαγραφές, όπως έχουν συμφωνηθεί τηρώντας τους κανόνες συντήρησης. Έχει προηγηθεί και η διαπραγμάτευση των τιμών και αφού καταλήξει η εταιρεία με τον παραγωγό στην τιμή της αγοράς, αποφασίζουν πότε θα σταλούν από τους παραγωγούς οι επιτραπέζιες ελιές στο εργοστάσιο. Σε μερικές περιπτώσεις μπορεί υπάλληλοι του εργοστασίου να μεταβούν στις αποθήκες των παραγωγών για τη φόρτωση των ελιών με σύγχρονους τρόπους εξαγωγής από τις δεξαμενές με αντλία υδρομεταφοράς, η οποία βγάζει σωστό προϊόν και όχι χτυπημένο από τις δεξαμενές. Εκεί ζυγίζονται οι ελαιόκαρποι για να δούμε το βάρος τους. Στη συνέχεια όταν οι ελαιόκαρποι βρίσκονται στο εργοστάσιο περνούν από διαλογή-καλιμπράρισμα για να ξεχωρίσουν μεταξύ τους και να βρουν στα μεγέθη που χρειάζονται. Μετά το προϊόν αποθηκεύεται ώστε να γίνει η ωρίμανση και η εκπίκρασή του και αποθηκεύεται με καινούργιες άλμες – αλατότητες. Ανάλογα με τα μεγέθη και τις προδιαγραφές που έχουν συμφωνηθεί, το προϊόν βγαίνει πάλι με τον ίδιο τρόπο με την αντλία υδρομεταφοράς και μεταφέρεται στα μηχανήματα εκπυρήνωσης με σκοπό να εκπυρηνωθεί η ελιά και να είναι έτοιμη προς τελική συσκευασία. Εκεί πάλι χρησιμοποιούνται καινούργιες άλμες - αλατότητες. Μόλις τελειώσει η εκπυρήνωση, το προϊόν μεταφέρεται σε βαρέλια και στη συνέχεια στο μηχάνημα της παστερίωσης και ξεκινά η τροφοδοσία της γραμμής συσκευασίας. Σε αυτή τη γραμμή υπάρχουν αυτόματοι μηχανισμοί που γεμίζουν τη συσκευασία ανάλογα με την ποσότητα που χρειάζεται και μετά γεμίζουν με άλμη. Σε επόμενο στάδιο υπάρχει το καπάκι που σφραγίζει αυτόματα και συνεχίζει να περνά από το μηχανισμό της παστερίωσης που γίνεται με σκοπό τη θανάτωση των επιβλαβών μικροοργανισμών. Αφού περάσει από την παστερίωση το προϊόν, πηγαίνει στην ετικετέζα, η οποία κολλάει σε κάθε βάζο την ετικέτα του που αναγράφει επάνω την επωνυμία της

εταιρείας, τη θρεπτική αξία, την προέλευση του προϊόντος, την ποσότητα και τα συστατικά από τα οποία αποτελείται το τελικό προϊόν. Το τελικό στάδιο είναι η παλετοποίηση του προϊόντος. Με αυτό τον τρόπο ολοκληρώνεται η διαδικασία παραγωγής της επιτραπέζιας ελιάς και είναι έτοιμο να σταλεί στον τελικό καταναλωτή.

5.2.2 Επιλογή τεχνολογίας

Η επιλογή της τεχνολογίας κρίνεται ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα μιας επιχείρησης και μελέτης ενός επιχειρηματικού σχεδίου διότι πάνω σε αυτή θα βασίζεται όλη η διαδικασία συσκευασίας. Απαιτείται η αξιολόγηση όλων των εναλλακτικών προτάσεων ώστε να καταλήξουμε στην επιλογή της πιο κατάλληλης και σωστής τεχνολογίας για την επιχείρηση. Η αξιολόγηση αυτή θα γίνει ύστερα από την εξέταση των τεχνολογικών εξελίξεων και αλλαγών που επικρατούν στην αγορά. Εξίσου σημαντική είναι η εξέταση συνθηκών, όπως είναι οι κοινωνικές και οι οικονομικές. Συγκεκριμένα, η τεχνολογία της υπό ίδρυσης μονάδας θα είναι καθορισμένη και δοκιμασμένη από πριν, ώστε να μην δημιουργηθούν προβλήματα κατά την παραγωγική διαδικασία και να μπορεί να καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης.

5.2.3 Κριτήρια επιλογής τεχνολογίας

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η τεχνολογία που θα επιλέξει η εν λόγω εταιρεία πρέπει να έχει δοκιμασθεί για να είναι σίγουρο ότι μπορεί να λειτουργήσει σωστά, να μην υπάρχουν προβλήματα και να έχουν αξιολογηθεί όλες οι εναλλακτικές τεχνικές ώστε να γίνει η σωστή επιλογή. Αναλυτικότερα, τα κριτήρια που πρέπει να αξιολογήσει η επιχείρηση για την τελική επιλογή της τεχνολογίας παρουσιάζονται παρακάτω:

- Να είναι συμβατή με τις ανάγκες της αγοράς
- Να είναι συμβατή με τις πρώτες ύλες και τα άλλα εφόδια
- Να είναι συμβατή με το στόχο της επιχείρησης
- Να είναι δοκιμασμένη
- Να είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα μελλοντικής βελτίωσης
- Να έχει προηγηθεί έρευνα αγοράς στο χώρο της τεχνολογίας για να υπάρχει περαιτέρω γνώση
- Η σχέση κόστους – ωφέλειας να είναι όσο γίνεται καλύτερη
- Να υπάρχει εμπιστοσύνη στη συνεργασία με τον προμηθευτή τεχνολογίας

5.2.4 Εναλλακτικές λύσεις

Η επιλογή της τεχνολογίας είναι ένα σημαντικό ζήτημα για την υπό ίδρυση μονάδα, καθώς πρέπει να επιλεγεί η τεχνολογία που θα επιφέρει αύξηση των κερδών και ποιότητα στην παραγωγή με το χαμηλότερο δυνατό κόστος. Τα μηχανήματα στην παραγωγή είναι πολύ βασικά και γι' αυτό καλό είναι να είναι τελευταίας τεχνολογίας ώστε να γίνεται η παραγωγή εύκολα και με ταχύτητα. Ακόμα, η συσκευασία της επιτραπέζιας ελιάς γίνεται με αυτόματο τρόπο και γι' αυτό η επιλογή της τεχνολογίας και των μηχανημάτων είναι σημαντικότερη. Οι ιδρυτές της επιχείρησης μελέτησαν αρκετές εταιρείες που παρέχουν την τεχνολογία που χρειάζεται για να καταλήξουν σε μία. Η τελική επιλογή έγινε αφού λήφθηκε υπόψη η φήμη και η πείρα της εταιρείας, το αν έχει δοκιμασθεί αλλού και έχει επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα, οι χρόνοι παράδοσης και η τιμολόγηση. Η εταιρεία που επιλέχθηκε είναι η «Georack» που εδρεύει στην Αθήνα και προσφέρει χαμηλό κόστος σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Οι ιδρυτές εξασφάλισαν αποδοτικές και οικονομικές μεθόδους. Η εταιρεία «Georack» θα συμβουλευσει τους υπαλλήλους για τη σωστή χρήση των μηχανημάτων και θα παρέχει οποιαδήποτε βοήθεια χρειαστούν μελλοντικά, ενώ θα εξασφαλίσει και μια εγγύηση τριών ετών για την περίπτωση που υπάρξουν προβλήματα.

5.3 Μηχανολογικός εξοπλισμός

5.3.1 Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμού

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός αποτελείται από τα μηχανήματα, τα οποία είναι απαραίτητα για την παραγωγική διαδικασία. Σε συνδυασμό με την τεχνολογία έχουν ένα βέλτιστο αποτέλεσμα. Ο κύριος μηχανολογικός εξοπλισμός που χρειάζεται η υπό ίδρυση μονάδα για να λειτουργήσει σωστά θα αγοραστεί από την εταιρεία «Georack» και παρουσιάζεται παρακάτω:

1) Γραμμή παραλαβής και διαλογής:

- Σκάφη ελιών με αναβατόριο
- Βάση απομिशχωτών
- Απομिशχωτές
- Ικρίωμα χρωματοδιαλογέα
- Χρωματοδιαλογέας
- Αναβατόριο by-pass
- Αναβατόριο παραλαβής
- Τράπεζες διαλογής με φωτισμό
- Ταινία απόρριψης
- Αναβατόριο τροφοδοσίας ταξινομητή
- Ταξινομητής-καλιμπραδόρος

2) Συγκρότημα εκπυρήνωσης:

- Ανατροπείς βαρελιών
- Εκπυρηνωτικά
- Ικρίωμα εκπυρηνητικών
- Αναβατόριο κουκουτσιών με υδρομεταφορά κουκουτσιών
- Αναβατόριο πυκνόμετρου
- Πλυντήρια-πυκνόμετρα
- Δονητικό τριμάτων
- Τράπεζα διαλογής

3) Γραμμή συσκευασίας:

- Ταινία τροφοδοσίας
- Σκάφη παραλαβής ελιών με αναβατόριο τροφοδοσίας

- Μονάδα συσκευασίας (Ζυγιστικό ελιών – Πλήρωση άρμης)
- Βιδωτικό-Ταπωτικό
- 4) **Εξοπλισμός πλύσης – Προετοιμασία δοχείων:**
 - Πλυντήριο δοχείων
 - Στεγνωτήριο δοχείων
- 5) **Συρρικνωτικό παλετών**
- 6) **Συγκρότημα παρασκευής άρμης:**
 - Δεξαμενές 5.000 λίτρων
 - Φυσητήρας ομογενοποίησης
 - Πιεστικό συγκρότημα μεταφοράς άρμης
- 7) **Ανυψωτικά μηχανήματα:**
 - Ηλεκτροκίνητο ανυψωτικό τρίτροχο για εργασίες φορτοεκφόρτωσης εντός εργοστασίου. Ανυψωτική ικανότητα 1.500 κιλά. Τριπλού ιστού και ύψος ανύψωσης 4.500mm.
- 8) **Παλετοκιβώτια μεταφοράς ελαιόκαρπου**
- 9) **Αντλίες υδρομεταφοράς**
- 10) **Μόνιμα δίκτυα υδρομεταφοράς**
- 11) **Δεξαμενές αποθήκευσης βρώσιμης ελιάς**
- 12) **Απονερωτής**
- 13) **Μεταλλικές κατασκευές – ικριώματα δεξαμενοστασίων**

Εκτός από τον κύριο μηχανολογικό εξοπλισμό, χρειάζεται και εξοπλισμός που βοηθά στη διαδικασία παραγωγής χωρίς όμως να σχετίζεται άμεσα και είναι:

- 1) **Έπιπλα χώρων γραφείου**
- 2) **Εξοπλισμός γραφείου**
- 3) **Εξοπλισμός τηλεπικοινωνιών**
- 4) **Εξοπλισμός φωτισμού**
- 5) **Κλιματισμός**
- 6) **Κάδοι απορριμμάτων**
- 7) **Εξοπλισμός καθαριότητας**
- 8) **Κλάρκ μεταφοράς**

Καταλήγοντας, είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει ένα σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας που θα εξασφαλίζει την υγιεινή των μηχανημάτων, των χώρων και

του ανθρώπινου δυναμικού, την ποιότητα του νερού, τα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος και την αποθήκευση των προϊόντων. Τα συστήματα αυτά είναι το ISO9001 και το ISO22000.

5.3.2 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει η εκτίμηση του κόστους του μηχανολογικού εξοπλισμού και της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιηθούν. Το κόστος του καθενός από τα μηχανήματα παρουσιάζεται στον πίνακα:

Πίνακας 5. 1: Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού

Περιγραφή	Κόστος (€)
Γραμμή παραλαβής και διαλογής	8.000
Συγκρότημα εκπυρήνωσης	15.000
Γραμμή συσκευασίας	19.000
Εξοπλισμός πλύσης	1.500
Συρρικνωτικό παλετών	1.000
Συγκρότημα παρασκευής άρμης	1.600
Ανυψωτικά μηχανήματα	8.500
Παλετοκιβώτια μεταφοράς ελαιόκαρπου	3.000
Αντλίες υδρομεταφοράς	10.000
Μόνιμα δίκτυα υδρομεταφοράς	2.000
Δεξαμενές αποθήκευσης βρώσιμης ελιάς	3.000
Απονερωτής	1.500

Μεταλλικές κατασκευές-ικριώματα δεξαμενοστασίων	1.000
Έπιπλα χώρων γραφείου	3.000
Εξοπλισμός γραφείου	5.500
Εξοπλισμός τηλεπικοινωνιών	2.500
Εξοπλισμός φωτισμού	1.000
Κλιματισμός	2.000
Κάδοι απορριμμάτων	500
Εξοπλισμός καθαριότητας	2.000
Κλάρκ μεταφοράς	15.000
ISO9001-ISO22000	10.000
Τεχνογνωσία	4.000
Σύνολο	117.900

5.3.3 Τρόπος απόκτησης και μεταφοράς τεχνολογίας

Για την απόκτηση της τεχνολογίας που έχει αναφερθεί επιλέχθηκε η ολική μεταφορά με εφάπαξ πληρωμή από την υπό ίδρυση μονάδα. Οι προμηθευτές έχουν αναλάβει τη μεταφορά των μηχανημάτων προς την εταιρεία, την εγκατάστασή τους και τη συντήρησή τους. Επίσης, θα εκπαιδεύσουν το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης ώστε να γίνεται σωστή χρήση των μηχανημάτων και θα παρέχουν συνεχείς συμβουλές όποτε χρειάζεται. Εάν προκληθούν ζημιές ή φθορές κατά τη μεταφορά ή την εγκατάσταση ή ακόμα και καθυστερήσεις στην παράδοση ή μελλοντικά έχει συμφωνηθεί ότι την ευθύνη θα αναλάβουν οι προμηθευτές. Τα έξοδα για τη μεταφορά έχει συμφωνηθεί από πριν ότι θα συμπεριλαμβάνονται στο ποσό που θα δοθεί στους προμηθευτές. Ακόμα, θα αγοραστούν ανταλλακτικά για τα μηχανήματα έτσι ώστε σε περίπτωση ζημίας ή βλάβης να αντικατασταθούν άμεσα χωρίς να υπάρχουν καθυστερήσεις στη διαδικασία παραγωγής και θα αποθηκευτούν στην αποθήκη της εταιρείας.

5.4 Χωρομετρικά και μηχανολογικά σχέδια μονάδας

5.4.1 Χωρομετρικά σχέδια της μονάδας

Ύστερα από την παρουσίαση της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού θα αναλυθούν τα χωρομετρικά σχέδια της «OliveGreen», τα οποία προέκυψαν από τις παραγωγικές δυνατότητες της μονάδας. Πιο συγκεκριμένα, η κάτοψη του εργοστασίου παρουσιάζεται στην παρακάτω εικόνα και οι χώροι από τους οποίους θα αποτελείται είναι οι εξής:

Τμήμα αποθήκευσης: είναι ο χώρος όπου θα αποθηκεύεται η επιτραπέζια ελιά όταν παραλαμβάνεται από τον παραγωγό μέχρι να περάσει στο επόμενο στάδιο της συσκευασίας. Η αποθήκευση θα γίνεται σε μεγάλες δεξαμενές μέσα σε άλμη και ο χώρος θα έχει την απαραίτητη θερμοκρασία συντήρησης του προϊόντος.

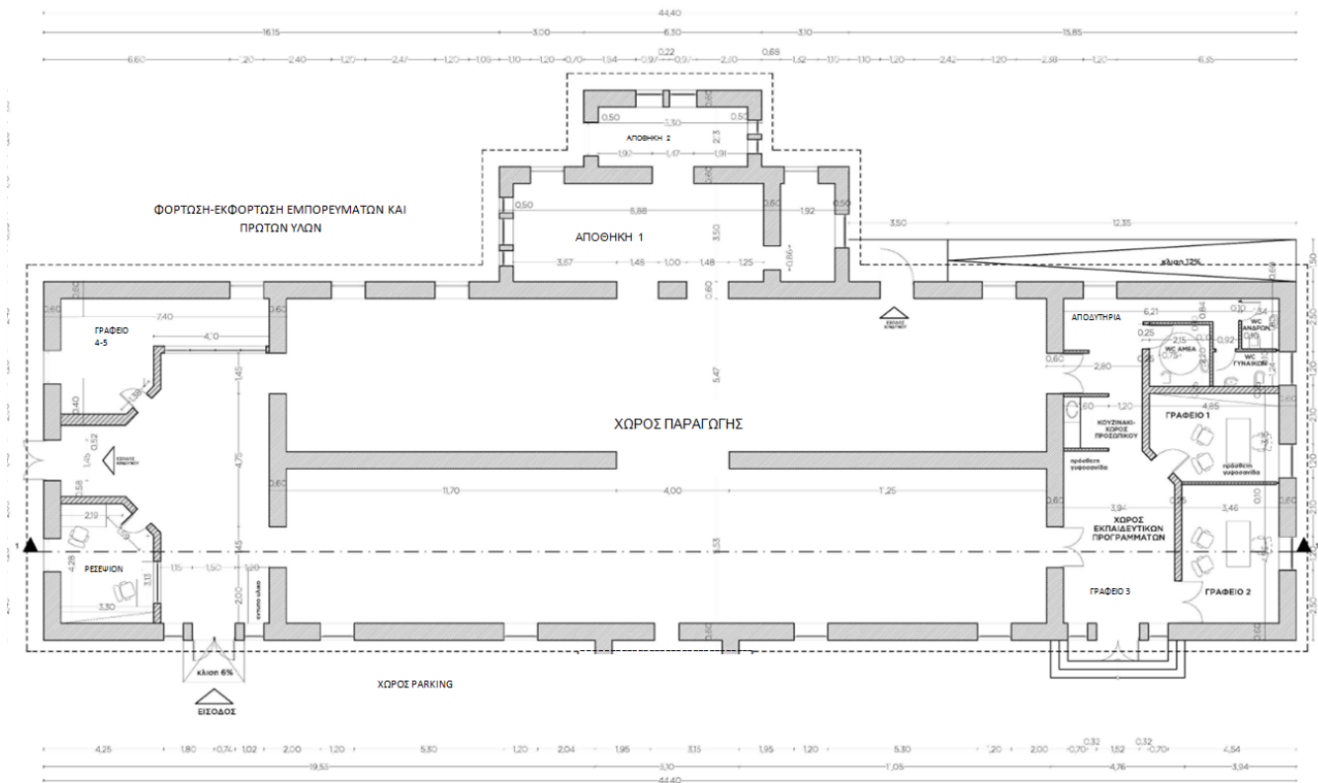
Χημείο: στο συγκεκριμένο χώρο θα γίνονται όλες οι μετρήσεις που απαιτούνται ώστε να ελεγχθεί η ποιότητα του προϊόντος πριν καταλήξει στο τμήμα συσκευασίας. Οι μετρήσεις θα επαναλαμβάνονται συχνά προκειμένου το προϊόν να έχει τη μέγιστη ποιότητα.

Τμήμα συσκευασίας: είναι ο χώρος όπου θα συσκευάζεται το προϊόν με τον τρόπο που έχει αναφερθεί παραπάνω στην ανάλυση της παραγωγικής διαδικασίας. Εδώ θα υπάρχουν όλα τα μηχανήματα που χρειάζονται για να βγει το τελικό προϊόν. Η επιτραπέζια ελιά θα καθαρίζεται και θα επεξεργάζεται ώστε να καταλήξει μέσα στα βάζα ή στα βαρέλια. Στη συνέχεια θα φορτώνεται στα φορτηγά για διανομή ή θα αποθηκεύεται στο τμήμα αποθήκευσης για μελλοντική αποστολή.

Χώρος γραφείων: κάθε στέλεχος της μονάδας θα έχει το δικό του γραφείο σε δικό του χώρο. Ακόμα, θα υπάρχει ένας χώρος συνεδριάσεων των μελών της εταιρείας. Τέλος, στην είσοδο του εργοστασίου θα υπάρχει η υποδοχή με υπάλληλο για να εξυπηρετεί τους πελάτες.

Αποδυτήρια και τουαλέτες: το ανθρώπινο δυναμικό θα έχει το δικό του χώρο, ο οποίος θα περιέχει και ντουζ, για να ντύνεται με την κατάλληλη ενδυμασία ώστε να εισέρχεται στο χώρο της συσκευασίας. Οι τουαλέτες θα υπάρχουν σε δύο σημεία, διαθέσιμες για τους υπαλλήλους και τα στελέχη της επιχείρησης.

Κουζίνα: είναι ο χώρος στον οποίο οι εργαζόμενοι θα κάνουν το διάλειμμά τους και θα μπορούν να παίρνουν το μεσημεριανό τους γεύμα. Θα υπάρχει και ένας μικρός χώρος για τους καπνίζοντες υπαλλήλους.



Εικόνα 5. 1: Κάτοψη εργοστασίου

5.5 Έργα πολιτικού μηχανικού

Τη μελέτη και την ολοκλήρωση της κατασκευής της εν λόγω μονάδας για τη συσκευασία της επιτραπέζιας ελιάς έχει αναλάβει η κατασκευαστική εταιρεία «Βιοτέρ Α.Ε.», μία εταιρεία με μεγάλη και χρόνια παρουσία στο χώρο. Θεωρείται από τις παλαιότερες εταιρείες και επιλέχθηκε ύστερα από τη μελέτη πολλών κατασκευαστικών εταιρειών. Οι κύριοι λόγοι επιλογής της συγκεκριμένης ήταν η πολυετή παρουσία στο χώρο και η διάκρισή της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, η καλή φήμη που έχει αποκτήσει και το οικονομικό τιμολόγιο το οποίο προσφέρει. Φαίνεται ότι πληροί όλα τα κριτήρια που αναζητούσαν οι ιδρυτές της μονάδας. Πιο συγκεκριμένα, ο πολιτικός μηχανικός θα αναλάβει όλα τα έργα και θα προσέχει ώστε να μη δημιουργούνται προβλήματα και ζημιές τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό του εργοστασίου. Τα έργα του πολιτικού μηχανικού είναι:

- Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης
- Κατασκευή κτηριακών υποδομών
- Έργα εκτός του χώρου του εργοστασίου

Ωστόσο, για να διατηρούνται αυτά τα έργα με το πέρασμα των χρόνων, έχει προσληφθεί συνεργείο που θα είναι υπεύθυνο για την καθαριότητα του χώρου και για τη συντήρησή τους γενικότερα. Το κόστος συντήρησης των έργων του πολιτικού μηχανικού για τα επόμενα 5 έτη παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 5. 2: Κόστος συντήρησης έργων πολιτικού μηχανικού

Έτος	Κόστος (€)
2021	2.500€
2022	2.700€
2023	2.850€
2024	2.950€
2025	3.025€

5.5.1 Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα τεχνικά έργα που πρέπει να γίνουν και περιλαμβάνουν τα εξής:

- Ισοπεδώσεις
- Καθαρισμός οικοπέδου
- Υδραυλικές εγκαταστάσεις
- Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος και γραμμή μεταφοράς του
- Δίκτυο τηλεπικοινωνιών

Το κόστος για την προετοιμασία και την ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης εκτιμάται στις 14.000€.

5.5.2 Κατασκευή κτηριακών υποδομών

Όλη η κατασκευή των κτηριακών υποδομών στο σύνολό της θα απαρτίζεται από τα εξής έργα:

- Κτήριο εργοστασίου
- Χώροι γραφείων
- Αποθηκευτικοί χώροι
- Τουαλέτες
- Χώρος ενδυμασίας ανθρώπινου δυναμικού
- Εξαερισμός και κλιματισμός
- Φωτισμός
- Καλωδιώσεις γενικής χρήσεως
- Σύστημα ασφαλείας
- Μονώσεις

Το κόστος όλων των παραπάνω υπολογίζεται ότι θα ανέλθει στις 45.000€.

5.5.3 Έργα εκτός του χώρου του εργοστασίου

Η κατασκευαστική εταιρεία εκτός από τα έργα εντός του εργοστασίου που έχει αναλάβει, θα είναι υπεύθυνη και για τα έργα που θα χρειαστούν ώστε να διαμορφωθεί και ο εξωτερικός χώρος. Η συσκευασία της επιτραπέζιας ελιάς θα γίνεται στον κύριο χώρο εντός του εργοστασίου. Επομένως, ο εξωτερικός χώρος θα διαθέτει μόνο τα βασικά για τη λειτουργία του. Πιο συγκεκριμένα, θα τοποθετηθούν δέντρα και διάφορα είδη λουλουδιών για μία καλή εμφάνιση του εργοστασίου. Θα δημιουργηθούν φράγματα ώστε να καλύπτεται το οικόπεδο και θα διαμορφωθούν οι δρόμοι έτσι ώστε να διευκολύνεται η μετακίνηση των φορτηγών και γενικότερα των επισκεπτών. Σε αυτά συμπεριλαμβάνεται και το πάρκινγκ για τη στάθμευση των οχημάτων. Επίσης, χρειάζεται να υπάρχει φωτισμός στον εξωτερικό χώρο και ένας χώρος υποδοχής για τους επισκέπτες. Τέλος, είναι απαραίτητο να προβλεφθούν τα έργα για την αποχέτευση. Συμπερασματικά, το κόστος των έργων εκτός του χώρου του εργοστασίου υπολογίζεται ότι θα ανέλθει στα 5.000€.

5.6 Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

Στον πίνακα που ακολουθεί εκτιμάται το συνολικό κόστος για τα έργα που έχει αναλάβει ο πολιτικός μηχανικός για τη δημιουργία της μονάδας ελαιόκαρπου:

Πίνακας 5. 3: Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

Έργα πολιτικού μηχανικού	Κόστος (€)
Προετοιμασία και ανάπτυξη χώρου εγκατάστασης	14.000€
Κατασκευή κτηριακών υποδομών	45.000€
Έργα εκτός χώρου εργοστασίου	5.000€
Σύνολο	64.000€

Κεφάλαιο 6 Οργάνωση της μονάδας και γενικά έξοδα

6.1 Οργάνωση και διαχείριση της μονάδας

Στα κεφάλαια που έχουν προηγηθεί έγινε η ανάλυση των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων και παρουσιάστηκαν η τεχνολογία και ο μηχανολογικός εξοπλισμός που είναι απαραίτητος για τη λειτουργία της μονάδας. Σε αυτό το κεφάλαιο περιγράφεται ο σχεδιασμός της οργανωτικής δομής της μονάδας που χρειάζεται για να γίνει σωστή διαχείριση και έλεγχος, και τα κέντρα κόστους σύμφωνα με τα οποία θα καθοριστεί το πόσο αποδοτική θα είναι η ιδέα της δημιουργίας του εργοστασίου. Το να είναι χωρισμένη η εταιρεία σε οργανωσιακές μονάδες είναι αναγκαίο και για τη λειτουργία της αλλά και κατά τη διάρκεια της φάσης του προγραμματισμού διότι έτσι μπορεί να γίνει η εκτίμηση και η πρόβλεψη των γενικών εξόδων. Επομένως, στο κεφάλαιο 6 θα γίνουν προτάσεις για το πώς μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική και αποδοτική η οργάνωση της μονάδας από τη φάση της προμήθειας των πρώτων υλών έως και την τελική επεξεργασία της επιτραπέζιας ελιάς, και θα προσδιοριστούν τα κέντρα κόστους ώστε να επιτευχθεί στο μέγιστο βαθμό η ανταγωνιστικότητα και η αποδοτικότητα της εταιρείας.

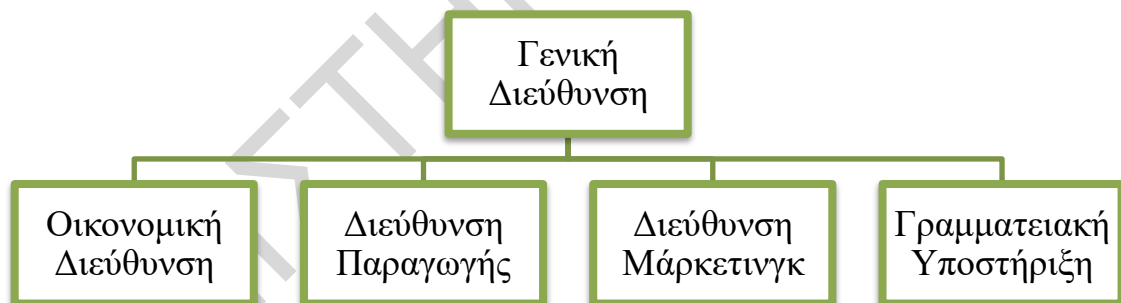
6.1.1 Οργανωσιακές Λειτουργίες

Επειδή οι δραστηριότητες που θα γίνονται μέσα στη μονάδα είναι συγκεκριμένες, πρέπει να δημιουργηθούν και συγκεκριμένα τμήματα ώστε να διαχωριστούν σε επιμέρους δραστηριότητες. Το κάθε τμήμα θα έχει το δικό του διευθυντή, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για τον καθορισμό των εργασιών, το συντονισμό και τον έλεγχο τους και τους υπαλλήλους – υφισταμένους του που θα υλοποιούν τις ιδέες του. Όλα τα τμήματα θα ελέγχονται από το γενικό διευθυντή της μονάδας και θα τον ενημερώνουν για τις ενέργειές τους και για προβλήματα που τυχόν δημιουργούνται. Οι υφιστάμενοι πρέπει να έχουν καλές σχέσεις μεταξύ τους και να τους διακρίνουν οι αξίες της συνεργασίας και της καλής επικοινωνίας. Το ένα τμήμα επηρεάζεται από το άλλο και η ορθή λειτουργία όλων είναι ο απώτερος σκοπός. Ωστόσο, το κάθε τμήμα ξεχωριστά είναι αυτόνομο και έχει τους δικούς του στόχους να υλοποιήσει. Στο τέλος κάθε έτους θα αναφέρει αναλυτικότερα ο διευθυντής κάθε τμήματος τις δραστηριότητες τους στη Γενική Διεύθυνση. Πιο συγκεκριμένα, τα τμήματα από τα οποία θα απαρτίζεται η εταιρεία είναι τα εξής:

- ❖ Γενική Διεύθυνση
- ❖ Οικονομική Διεύθυνση
- ❖ Διεύθυνση Παραγωγής
- ❖ Διεύθυνση Μάρκετινγκ
- ❖ Γραμματειακή υποστήριξη

6.1.2 Οργανωσιακή δομή

Η οργανωσιακή δομή μίας επιχείρησης φαίνεται πως θα είναι από το οργανόγραμμά της. Ειδικότερα, το οργανόγραμμα αποτελεί μία απεικόνιση των τμημάτων της εταιρείας. Οι πληροφορίες που προκύπτουν από τη μελέτη ενός οργανογράμματος είναι ποια είναι η ιεραρχική σχέση όσον αφορά όλο το ανθρώπινο δυναμικό από το διευθύνοντα σύμβουλο έως τους υπαλλήλους και ποιες είναι οι αρμοδιότητες του καθενός. Στην υπό ίδρυση μονάδα θα υφίστανται 5 τμήματα και το οργανόγραμμα της θα είναι απλό λόγω του μεγέθους της και των δραστηριοτήτων της. Στο διάγραμμα που ακολουθεί απεικονίζεται το πώς θα είναι οργανωμένη η «OliveGreen»:

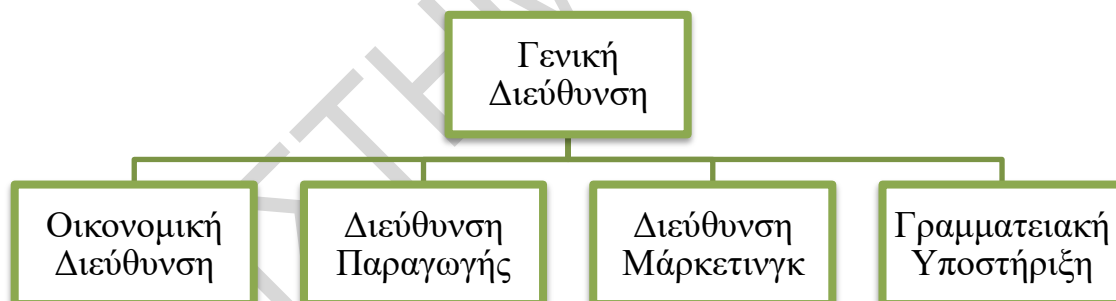


Διάγραμμα 6. 1: Οργανόγραμμα εταιρείας

6.2 Σχεδίαση της οργάνωσης

6.2.1 Γενική Διεύθυνση

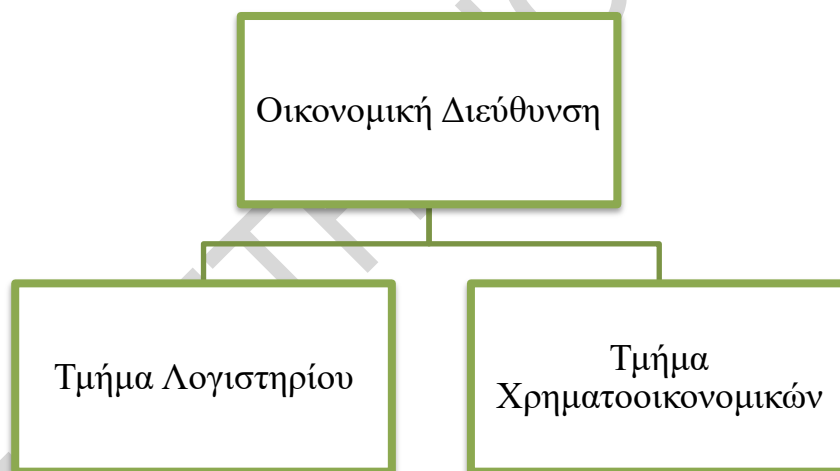
Στη Γενική Διεύθυνση προεδρεύει ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας, ο οποίος βρίσκεται και στο ανώτατο επίπεδο ιεραρχικά της οργάνωσης. Πιο συγκεκριμένα, είναι υπεύθυνος για την επίβλεψη των καθημερινών λειτουργιών της επιχείρησης και είναι εκείνος που θέτει τη στρατηγική τους στόχους για την ανάπτυξη. Καθορίζει όλες τις διαδικασίες και την πολιτική που θα ακολουθήσει η εταιρεία του και ελέγχει τους προϋπολογισμούς. Παρακολουθεί αν το ανθρώπινο δυναμικό εργάζεται αποτελεσματικά, αν εξελίσσεται και το αξιολογεί. Είναι σε θέση να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε πρόβλημα παρουσιαστεί και να πάρει γρήγορες και σωστές αποφάσεις. Το οργανόγραμμα της Γενικής Διεύθυνσης είναι το εξής:



Διάγραμμα 6. 2: Οργανόγραμμα Γενικής Διεύθυνσης

6.2.2 Οικονομική Διεύθυνση

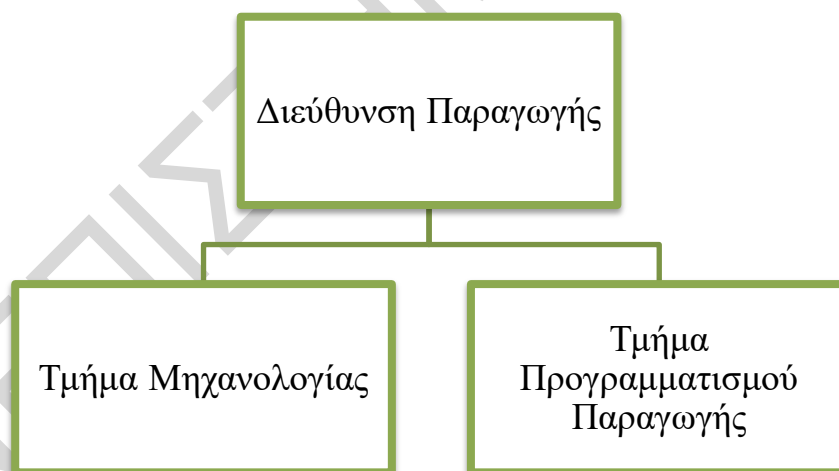
Η Οικονομική Διεύθυνση είναι η κύρια υπεύθυνη για τη χάραξη της οικονομικής πολιτικής της επιχείρησης και στην «OliveGreen» θα είναι χωρισμένη σε δύο τμήματα: του λογιστηρίου και των χρηματοοικονομικών. Οι κύριες αρμοδιότητες του τμήματος αυτού είναι η προώθηση του οικονομικού σχεδιασμού της εταιρείας με την ανάλυση των επιδόσεων και τους κινδύνους, η επίγνωση της οικονομικής θέσης της εταιρείας, η τήρηση των λογιστικών βιβλίων και η μισθοδοσία όλων των εργαζομένων. Το τμήμα αυτό θα προετοιμάζει τις εκθέσεις των οικονομικών επιδόσεων σε τριμηνιαία, εξαμηνιαία και ετήσια βάση. Θα επεξεργάζεται τις προβλέψεις και θα διασφαλίζει ότι τηρείται η νομοθεσία και οι κανονισμοί που τίθενται στο πλαίσιο των χρηματοοικονομικών. Το οργανόγραμμα της Οικονομικής Διεύθυνσης παρουσιάζεται παρακάτω:



Διάγραμμα 6. 3: Οργανόγραμμα Οικονομικής Διεύθυνσης

6.2.3 Διεύθυνση Παραγωγής

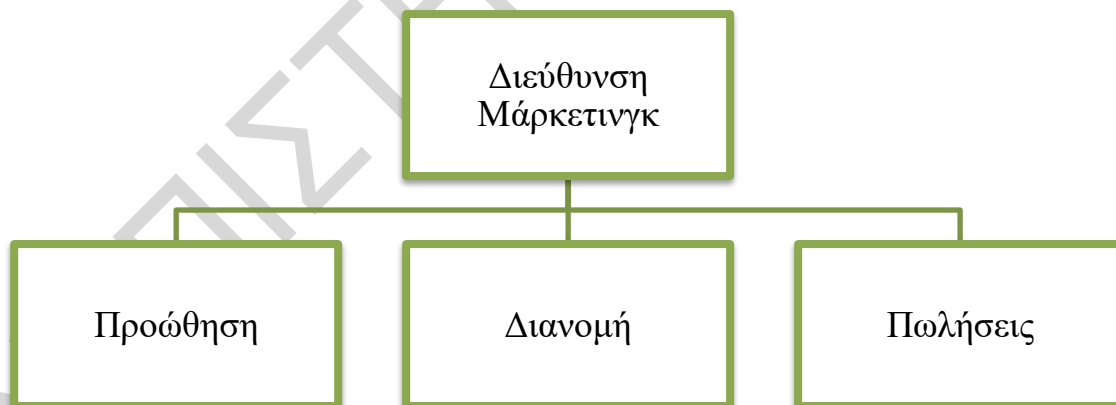
Η Διεύθυνση Παραγωγής είναι αρμόδια για τη λειτουργία της διαδικασίας παραγωγής και για τη διαμόρφωση του τελικού προϊόντος. Οι δραστηριότητες που εντάσσονται σε αυτή τη διεύθυνση θα χωριστούν στο τμήμα μηχανολογίας και στο τμήμα προγραμματισμού παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, στο τμήμα αυτό θα γίνεται εκτίμηση του κόστους των υλικών και ο προϋπολογισμός. Θα οργανώνονται όλες οι εργασίες ώστε να εξελίσσεται ομαλά η διαδικασία παραγωγής, η οποία θα παρακολουθείται καθημερινά, και στους χρόνους που έχουν ζητηθεί. Θα διασφαλίζεται ότι τα προϊόντα πληρούν τα πρότυπα ποιότητας και ότι οι εργαζόμενοι τηρούν τους κανόνες υγιεινής. Επίσης, θα ελέγχεται εάν χρήζει συντήρησης ο μηχανολογικός εξοπλισμός. Τέλος, είναι το υπεύθυνο τμήμα για την επεξεργασία και την αποθήκευση των πρώτων υλών και το οργανόγραμμα του παρουσιάζεται στο διάγραμμα 6.4:



Διάγραμμα 6. 4: Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Παραγωγής

6.2.4 Διεύθυνση Μάρκετινγκ

Η διεύθυνση Μάρκετινγκ αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα τμήματα μέσα σε μία επιχείρηση και πρέπει να δομηθεί με ιδιαίτερη προσοχή ώστε να επιφέρει κέρδη στη «OliveGreen». Ο διευθυντής του τμήματος θα σχεδιάζει και θα υλοποιεί τις στρατηγικές προκειμένου να ενημερωθούν οι καταναλωτές για τα προϊόντα της εταιρείας. Στο τμήμα αυτό θα προτείνονται οι ιδέες για τη διαφήμιση των προϊόντων ή τη δημιουργία εκδηλώσεων και τη διανομή. Θα σχεδιάζονται εκστρατείες προώθησης ή κυκλοφορίας νέων προϊόντων και θα παρακολουθείται η πρόοδός τους. Θα γίνεται έρευνα της αγοράς ώστε να είναι γνωστές οι εξελίξεις, οι νέες τάσεις και οι κινήσεις μάρκετινγκ των ανταγωνιστών. Ο διευθυντής θα επιβλέπει το τμήμα ολοκληρωτικά και θα παρέχει συμβουλές ή θα καθοδηγεί όπου κρίνεται απαραίτητο. Το οργανόγραμμα της Διεύθυνσης Μάρκετινγκ παρουσιάζεται παρακάτω:



Διάγραμμα 6. 5: Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Μάρκετινγκ

6.2.5 Γραμματειακή Υποστήριξη

Η Γραμματεία της επιχείρησης θα βρίσκεται στην είσοδο και θα είναι υπεύθυνη για την υποδοχή και εξυπηρέτηση των πελατών στο χώρο. Θα ενημερώνει τα υπόλοιπα τμήματα ή τους διευθυντές για τις συναντήσεις τους και γενικότερα θα παρέχει υποστηρικτικές υπηρεσίες στα τμήματα της επιχείρησης. Εδώ θα υπάρχει και το τηλεφωνικό κέντρο που θα λαμβάνει όλες τις εισερχόμενες κλήσεις της εταιρείας. Τέλος, θα παραλαμβάνει την αλληλογραφία της επιχείρησης.

6.3 Εντοπισμός κέντρων κόστους

Ένα επενδυτικό σχέδιο χωρίζεται σε κέντρα κόστους για να είναι πιο εύκολος ο προγραμματισμός και ο έλεγχος του κόστους από την αρχή του. *«Κέντρα κόστους ορίζονται όλες οι περιοχές δραστηριότητες όπου εκτελούνται όλες οι βασικές βιομηχανικές λειτουργίες εντός του χώρου παραγωγής».* Διακρίνονται τρεις κατηγορίες ως προς το σχέδιο που μελετάται κάθε φορά και αυτές είναι: τα κέντρα κόστους παραγωγής, τα κέντρα κόστους υποστήριξης-εξυπηρέτησης και τα κέντρα κόστους διοίκησης και χρηματοοικονομικών. Αυτά βοηθούν στο να υπολογιστούν τα κόστη που προκύπτουν από την επιχείρηση. Αναλυτικότερα στοιχεία παρουσιάζονται στα επόμενα κεφάλαια.

6.3.1 Κέντρα κόστους παραγωγής

Τα κέντρα κόστους παραγωγής είναι οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη διαδικασία παραγωγής από το πρώτο στάδιο επεξεργασίας έως και το τελικό, όπου το προϊόν είναι έτοιμο για διανομή. Στο τελικό προϊόν υπολογίζεται και το κόστος που θα προκύψει από την τιμή. Επομένως, τα κέντρα κόστους στην «OliveGreen» σχετίζονται με την εγκατάσταση των μηχανημάτων, τον καθαρισμό του χώρου ώστε να μπορέσει να ξεκινήσει η διαδικασία, το τελικό προϊόν μέσα στη συσκευασία και τη διανομή του στους πελάτες ή την αποθήκευσή του έως ότου διανεμηθεί.

6.3.2 Κέντρα κόστους υποστήριξης-εξυπηρέτησης

Τα κέντρα κόστους υποστήριξης-εξυπηρέτησης είναι οι δραστηριότητες που σχετίζονται με οποιαδήποτε υποστηρικτική υπηρεσία χρειάζεται η επιχείρηση για να λειτουργήσει. Τέτοιες υπηρεσίες είναι: η παροχή νερού και ηλεκτρικού ρεύματος, οι προμήθειες των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων και η αποθήκευσή τους, ο έλεγχος της διαδικασίας παραγωγής, οι υπηρεσίες καθαρισμού και γραμματειακής υποστήριξης και οι υπηρεσίες προώθησης των προϊόντων.

6.3.3 Κέντρα κόστους διοίκησης και χρηματοοικονομικών

Τα κέντρα κόστους διοίκησης και χρηματοοικονομικών είναι οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη διοίκηση και κάθε έλεγχο που θα γίνεται στις επενδύσεις της επιχείρησης. Ειδικότερα, αφορούν στο διοικητικό προγραμματισμό, τον έλεγχο της απόδοσης και τελικά την αξιολόγησή της.

6.4 Γενικά έξοδα

Τα κόστη που μπορεί να έχει κάθε επιχείρηση μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες: τα άμεσα που είναι εκείνα που σχετίζονται με την παραγωγή και τα έμμεσα που είναι εκείνα που δεν σχετίζονται με την παραγωγή. Επίσης, ταξινομούνται στις παρακάτω τρεις κατηγορίες:

-Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα(Γ.Β.Ε.): είναι τα κόστη από το πρώτο στάδιο παραγωγής της πρώτης ύλης έως και το τελευταίο στάδιο και συνήθως είναι τα έξοδα συντήρησης και ο έλεγχος του μηχανολογικού εξοπλισμού, τα έξοδα μεταφοράς των προϊόντων, καθαριότητας και τηλεπικοινωνίας.

-Γενικά Διοικητικά Έξοδα(Γ.Δ.Ε.): είναι τα έξοδα που σχετίζονται με τον εφοδιασμό των γραφείων διοίκησης, το φωτισμό και τη θέρμανση και τα ασφάλιστρα για την εγκατάσταση της επιχείρησης και των μηχανημάτων, την αμοιβή των νομικών συμβούλων και τα δημοτικά τέλη.

-Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής(Γ.Ε.Π.κ.Δ.): είναι τα έξοδα που προκύπτουν έως να παραδοθεί το προϊόν στον τελικό καταναλωτή και αυτά που προκύπτουν από τις ενέργειες που θα γίνουν ώστε να αυξηθούν οι πωλήσεις στο μέλλον. Τέτοια έξοδα θα μπορούσαν να είναι οι διαφημίσεις ή τα επαγγελματικά ταξίδια.

Στον πίνακα 6.1 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα κόστη των γενικών εξόδων κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της υπό ίδρυση μονάδας και στον πίνακα 6.2 τα κόστη των γενικών εξόδων για τα έτη 2021-2025.

Πίνακας 6. 1: Κόστος γενικών εξόδων (2021)

Περιγραφή	Κόστος (€)
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	
Συντήρηση εξοπλισμού	2.500
Τηλεπικοινωνίες	2.500
Είδη καθαριότητας	2.000
Γενικά Διοικητικά Έξοδα	
Εφόδια γραφείου	5.500
Ασφάλιστρα	1.000
Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής	1.500
Σύνολο	15.000

Πίνακας 6. 2: Κόστος γενικών εξόδων (2021-2025)

Έτος	Κόστος (€)
2021	15.000
2022	15.600
2023	15.900
2024	16.100
2025	16.250

Κεφάλαιο 7 Ανθρώπινοι πόροι

7.1 Κατηγορίες και λειτουργίες ανθρώπινων πόρων

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την ορθή και αποτελεσματική λειτουργία της κάθε επιχείρησης είναι ο άνθρωπος, οι εργαζόμενοι δηλαδή που θα αποτελούν τη μονάδα και θα ενεργούν ώστε να υλοποιούνται όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες έως ότου το τελικό προϊόν παραδοθεί στο πελάτη. Η προσπάθεια που θα καταβάλει κάθε εργαζόμενος σε συνδυασμό με τις γνώσεις που έχει θα οδηγήσει την επιχείρηση στην επίτευξη του σκοπού της. Επομένως, η επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού πρέπει να γίνεται με συνείδηση και με βάση τα προσόντα του κάθε υπαλλήλου. Έτσι θα αποφεύγονται τυχόν λάθη, ελλείψεις ή προβλήματα στην εργασία. Ένας τρόπος καλύτερης οργάνωσης και στελέχωσης της επιχείρησης είναι να διαχωριστούν οι άνθρωποι πόροι σε τέσσερις κατηγορίες, οι οποίες είναι: διευθυντικό προσωπικό, εποπτικό προσωπικό, ειδικευμένο και ανειδίκευτο προσωπικό. Επίσης, είναι βοηθητικό οι άνθρωποι πόροι να διαχωριστούν σε λειτουργίες, οι οποίες είναι: η γενική διεύθυνση, η οικονομική διεύθυνση, η διεύθυνση παραγωγής, η διεύθυνση μάρκετινγκ και η γραμματειακή υποστήριξη.

7.1.2 Διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό

Ιδιαίτερα κρίσιμη είναι η επιλογή του διευθυντικού και εποπτικού προσωπικού μιας επιχείρησης καθώς είναι τα άτομα που θα καθορίσουν τη γενικότερη πολιτική της και θα θέσουν τους στόχους της, οι οποίοι πρέπει τελικά να επιτευχθούν. Έτσι, θα αυξάνεται η αποδοτικότητα της εταιρείας, οι πωλήσεις της αλλά και η ικανοποίηση του τελικού καταναλωτή. Απαιτείται μία καλή συνεργασία μεταξύ των ατόμων που θα απαρτίζουν το διευθυντικό προσωπικό αλλά και γενικότερα μεταξύ όλων των τμημάτων της επιχείρησης. Τα άτομα που θα στελεχώνουν τις θέσεις αυτές θα είναι οι ιδρυτές της «OliveGreen», οι οποίοι έχουν εκπαιδευτεί στους τομείς της οργάνωσης και της διοίκησης επιχειρήσεων και διαθέτουν πολυετή εμπειρία στο χώρο. Μεταξύ τους έχουν καλή συνεργασία και γνωρίζουν πώς να ενεργήσουν σε μία κρίσιμη στιγμή. Η εμπειρία τους τους

έχει κάνει ικανούς να πάρουν γρήγορες και σωστές αποφάσεις. Πιο συγκεκριμένα, ο γενικός διευθυντής της «OliveGreen» θα είναι ο Α., ο οποίος έχει εμπειρία σε διευθυντικές θέσεις. Ο διευθυντής οικονομικών θα είναι ο Β. αφού κατέχει πτυχίο και μεταπτυχιακό οικονομικών επιστημών. Ο διευθυντής παραγωγής θα είναι ο Γ., ο οποίος έχει προϋπηρεσία σε επιχείρηση τροφίμων. Ο διευθυντής μάρκετινγκ θα είναι ο Δ. και για τη θέση της γραμματείας, η επιχείρηση θα προσλάβει ένα νέο υπάλληλο.

7.1.3 Ειδικευμένο και ανειδίκευτο προσωπικό

Παρόμοιας σημασίας με το διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό είναι και η στελέχωση του ειδικευμένου και ανειδίκευτου προσωπικού. Πρέπει να είναι καθορισμένες οι εργασίες που απαιτούν την παρουσία εργατών. Η εν λόγω επιχείρηση δεν είναι τόσο μεγάλη ώστε να απαιτείται μεγάλος αριθμός εργαζομένων. Επίσης, οι περισσότερες εργασίες θα γίνονται με τη βοήθεια του μηχανολογικού εξοπλισμού και έτσι η κάλυψη των θέσεων δεν θα είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Η εκπαίδευση του προσωπικού όσον αφορά στη χρήση των μηχανημάτων θα γίνεται από τις εταιρείες εγκατάστασής τους, όπως έχει ήδη συμφωνηθεί. Πριν την έναρξη της εργασίας τους οι εργαζόμενοι επίσης θα εκπαιδεύονται σε όλες τις διαδικασίες ώστε να έχουν μία γενικότερη εικόνα της επιχείρησης. Ωστόσο, συνεχώς θα παρέχονται σεμινάρια και εκπαιδεύσεις από την εταιρεία για την καλύτερη γνώση, την επιμόρφωση και την εξέλιξη των υπαλλήλων. Το ειδικευμένο και ανειδίκευτο προσωπικό της «OliveGreen» θα στελεχώνεται από άτομα που κατοικούν στη Λακωνία, ώστε να βοηθηθεί και η γενικότερη οικονομία του νομού.

7.2 Κοινωνικοπολιτικό και πολιτισμικό περιβάλλον

Για να προσδιοριστούν οι ανάγκες της υπό ίδρυσης μονάδας σε ανθρώπινους πόρους πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι κοινωνικοπολιτικοί και πολιτισμικοί παράγοντες. Σύμφωνα με την Εθνική Γενική Συλλογική Σύμβαση Εργασίας του 1984 οι εργαζόμενοι υποχρεούνται να εργάζονται 40 ώρες εβδομαδιαίως. Οι εργάσιμες μέρες είναι 6 και η Κυριακή είναι μέρα ανάπαυσης. Εάν κάποιος εργάζεται Κυριακή, τότε αυξάνεται ο μισθός του. Επίσης, ο νόμος ορίζει 6 μέρες υποχρεωτικής αργίας για όλους και αυτές είναι: η 25^η Μαρτίου, η 28^η Οκτωβρίου, η Δευτέρα του Πάσχα, η Κοίμηση της Θεοτόκου στις 15 Αυγούστου, η Γέννηση του Χριστού στις 25 Δεκεμβρίου και η Πρωτομαγιά. Εκτός από αυτές τις αργίες, υπάρχουν και άλλες 6 ημέρες που έχουν καθιερωθεί ως μη εργάσιμες και είναι: η Πρωτοχρονιά, τα Θεοφάνια, η Καθαρά Δευτέρα, η Μεγάλη Παρασκευή, η ημέρα του Αγίου Πνεύματος και η δεύτερη μέρα των Χριστουγέννων. Οι εργαζόμενοι δικαιούνται άδειες από τους εργοδότες τους, οι οποίες υπολογίζονται αναλόγως τις ημέρες εργασίας τους. Στην «OliveGreen» η εργασία θα είναι 6 ημέρες την εβδομάδα με απασχόληση 8 ωρών. Το δικαίωμα άδειας θα δίνεται όποτε το ζητήσει ο εργαζόμενος αλλά σε περιόδους με αυξημένο φόρτο εργασίας, όπως είναι ο Νοέμβριος και ο Δεκέμβριος, καλό θα ήταν να αποφεύγεται. Επίσης, θα χορηγείται και η άδεια υγείας ή τοκετού. Εάν κάποιος εργαζόμενος απασχολείται περισσότερο, τότε αυτό θα αναγνωρίζεται από τη διοίκηση με την καταβολή του επιπλέον μισθού ή με bonus. Τέλος, η διοίκηση θα καταβάλει οποιαδήποτε αποζημίωση χρειαστεί σε περίπτωση υγείας ή ασφάλειας ή γενικότερα εργατικού ατυχήματος των υπαλλήλων της.

7.3 Ανάγκες του επενδυτικού σχεδίου σε ανθρώπινο δυναμικό

7.3.1 Προσδιορισμός των αναγκών

Οι ανάγκες για το ανθρώπινο δυναμικό κρίνονται με βάση τις παραγωγικές διαδικασίες και σε συνδυασμό με τη χρήση του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού και φαίνεται ότι δε θα είναι μεγάλες λόγω του μικρού μεγέθους της επιχείρησης. Ωστόσο, το ανθρώπινο δυναμικό είναι απαραίτητο για την ορθή λειτουργία της μονάδας. Παρακάτω θα αναλυθούν οι ανάγκες του κάθε τμήματος της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό.

- **Γενική Διεύθυνση:** Ο γενικός διευθυντής της «OliveGreen» θα είναι ο Α., ο οποίος θα κατέχει την πιο σημαντική θέση αφού θα είναι ο υπεύθυνος για τη χάραξη της στρατηγικής της εταιρείας και την εκπλήρωση των στόχων της. Θα έχει τον έλεγχο για όλα τα υπόλοιπα τμήματα και πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη και αποφασιστικότητα. Είναι σημαντικό να έχει πτυχίο ή μεταπτυχιακό σε σπουδές Διοίκησης Επιχειρήσεων, να έχει εμπειρία στο χώρο και ικανότητες που χαρακτηρίζουν ένα γενικό διευθυντή. Τα προσόντα αυτά πληροί ο Α..
- **Οικονομική Διεύθυνση:** Ο οικονομικός διευθυντής της επιχείρησης θα είναι ο Β., ο οποίος κατέχει πτυχίο και μεταπτυχιακό οικονομικών επιστημών, κάτι που είναι και από τα απαραίτητα προσόντα για την κάλυψη της θέσης. Είναι μια πολύ σημαντική θέση διότι το τμήμα αυτό καθορίζει τη λειτουργία και τον έλεγχο για τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης, καθορίζει τις τιμές των προϊόντων και συντάσσει τον προϋπολογισμό. Το τμήμα θα αποτελείται από το διευθυντή και 2 ακόμα υπαλλήλους, οι οποίοι πρέπει να έχουν πτυχίο οικονομικών επιστημών, γνώσεις λογιστικής και προϋπηρεσία σε παρόμοια θέση.
- **Διεύθυνση παραγωγής:** Ο διευθυντής παραγωγής της επιχείρησης θα είναι ο Γ., ο οποίος κατέχει εμπειρία σε εταιρείες τροφίμων. Επίσης, είναι απόφοιτος της Γεωπονικής σχολής με ειδίκευση στην τεχνολογία τροφίμων. Θα είναι ο υπεύθυνος για τις διαδικασίες παραγωγής και θα έχει υπό την εποπτεία του 5 υπαλλήλους. Οι υπάλληλοι αυτοί θα εκπαιδεύονται και θα συμβουλευονται το διευθυντή τους. Ο ένας

υπάλληλος θα είναι στο χώρο αποθήκευσης, ο άλλος στο χώρο φόρτωσης και εκφόρτωσης και οι υπόλοιποι τρεις θα βρίσκονται στην παραγωγή και θα είναι υπεύθυνοι για τις εργασίες στο μηχανολογικό εξοπλισμό. Ο διευθυντής παραγωγής θα ενημερώνει το γενικό διευθυντή για την πορεία των εργασιών του τμήματος του.

- **Διεύθυνση Μάρκετινγκ:** Ο διευθυντής Μάρκετινγκ της επιχείρησης θα είναι ο Δ.. Υπό την εποπτεία του θα έχει 2 άτομα που θα ασχολούνται με τις πωλήσεις. Όλοι μαζί θα σχεδιάζουν τις στρατηγικές Μάρκετινγκ, θα προτείνουν ιδέες προώθησης των προϊόντων, θα κάνουν έρευνα της αγοράς και του ανταγωνισμού και θα συμμετέχουν σε εκθέσεις ή ταξίδια. Επίσης, θα διαφημίζουν το προϊόν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι υποψήφιοι υπάλληλοι πρέπει να έχουν σπουδές και προηγούμενη γνώση στο χώρο του Μάρκετινγκ. Ωστόσο, πριν την έναρξη των εργασιών τους θα εκπαιδευτούν από το διευθυντή τους ώστε να γνωρίσουν την επιχείρηση και τις λειτουργίες της καλύτερα.
- **Γραμματειακή υποστήριξη:** Για τη συγκεκριμένη θέση η επιχείρηση θα προσλάβει ένα νέο υπάλληλο που θα έχει προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση. Τα προσόντα που πρέπει να έχει είναι πολύ καλή γνώση της αγγλικής γλώσσας και χρήσης του ηλεκτρονικού υπολογιστή και επικοινωνιακές δεξιότητες.

Οι ανάγκες της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 7. 1: Απαιτούμενο προσωπικό ανά οργανωσιακή λειτουργία

Περιγραφή θέσης	Αριθμός εργαζομένων
Γενικός Διευθυντής	1
Οικονομικός Διευθυντής	1
Υπάλληλοι οικονομικού τμήματος	2
Διευθυντής Παραγωγής	1
Υπάλληλοι τμήματος παραγωγής	5
Διευθυντής Μάρκετινγκ	1
Υπάλληλοι τμήματος μάρκετινγκ	2
Γραμματειακή υποστήριξη	1
Σύνολο	14

7.3.2 Προγραμματισμός των αναγκών

7.3.2.1 Προπαραγωγική φάση

Όταν γίνεται ο προσδιορισμός των αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό πρέπει να γίνεται και ο διαχωρισμός μεταξύ προπαραγωγικής και λειτουργικής φάσης. Η προπαραγωγική φάση είναι η περίοδος από τη στιγμή που θα γίνει αποδεκτή η έναρξη του επενδυτικού σχεδίου έως την ημέρα έναρξης της λειτουργίας της επιχείρησης. Η προπαραγωγική φάση θα ξεκινήσει ένα μήνα νωρίτερα από τη λειτουργική με σκοπό να ολοκληρωθεί η εκπαίδευση των υπαλλήλων και η ενημέρωσή τους για το πρόγραμμα. Επίσης, σε αυτό το διάστημα πρέπει να προσληφθούν τα άτομα που θα αποτελούν το τμήμα παραγωγής προκειμένου να είναι παρόντα στην εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού και να εκπαιδευτούν από τους αρμόδιους. Οι δαπάνες για τους μισθούς του ενός μηνός της συγκεκριμένης φάσης θα είναι πρόσθετες και δεν θα υπολογιστούν στις ετήσιες δαπάνες εργασίας που σχετίζονται με τη λειτουργική φάση.

7.3.2.2 Λειτουργική φάση

Μετά την ολοκλήρωση της προπαραγωγικής φάσης ξεκινά η λειτουργική φάση, όπου η επιχείρηση λειτουργεί κανονικά. Ο προσδιορισμός των αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό εδώ γίνεται ανά τμήμα που αποτελεί τη μονάδα. Κατά τον υπολογισμό του συνολικού κόστους των μισθών πρέπει να επισημαίνεται ότι οι ωριαίες και μηνιαίες αμοιβές δεν είναι το μόνο κόστος των εργαζομένων αλλά περιλαμβάνονται και οι άδειες, οι εισφορές της κοινωνικής ασφάλισης και οποιαδήποτε επιπλέον αμοιβή δοθεί από την εταιρεία.

7.4 Διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού και στρατολόγηση

7.4.1 Εκτίμηση της προσφοράς και της ζήτησης του ανθρώπινου δυναμικού

Στη συγκεκριμένη ενότητα παρουσιάζεται η στρατολόγηση του ανθρώπινου δυναμικού που θα επιλεγεί τόσο για το διευθυντικό προσωπικό όσο και για τους εργαζόμενους. Το διευθυντικό προσωπικό είναι οι ιδρυτές της μονάδας επομένως δεν υπάρχει ζήτημα διαθεσιμότητας. Η ζήτηση φαίνεται να είναι μεγαλύτερη από την προσφορά σύμφωνα με τις συνθήκες που επικρατούν. Αυτό εξηγείται από το ποσοστό ανεργίας που είναι στο 18,3% για το 2020. Συμπεραίνεται ότι η προσέλκυση των υποψηφίων για την κάλυψη των θέσεων εργασίας θα είναι εύκολη εφόσον δεν απαιτούν κάποια ιδιαίτερη και δύσκολη ειδίκευση, και το κόστος εργασίας θα είναι χαμηλό.

7.4.2 Προσέλκυση υποψηφίων

Η «OliveGreen» θα προσπαθήσει να εντοπίσει και να προσελκύσει τα πιο κατάλληλα άτομα για την κάλυψη των θέσεων στις εργασίες που χρειάζονται. Ο στόχος της διαδικασίας αυτής θα είναι να βρεθεί ένας αριθμός κατάλληλων υποψηφίων γρήγορα και με όσο γίνεται χαμηλό κόστος. Η αναζήτηση των υποψηφίων θα γίνει: στα ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης μέσα από εφημερίδες, περιοδικά και το διαδίκτυο, στα γραφεία ευρέσεως εργασίας και σε εκδηλώσεις που μπορεί να οργανώνονται όπως είναι οι ημέρες καριέρες.

7.4.3 Επιλογή υποψηφίων

Η επιλογή των υποψηφίων γίνεται μέσα από μια συγκεκριμένη διαδικασία. Αρχικά, θα συλλέγονται όλα τα βιογραφικά των ενδιαφερόμενων και θα αξιολογούνται. Εάν τα προσόντα τους είναι αυτά που ζητά η επιχείρηση, τότε θα καλούνται σε συνέντευξη. Η συνέντευξη είναι μια κρίσιμη διαδικασία καθώς από εδώ θα αναδείξει ο υποψήφιος τα προσόντα του, τη θέλησή του, τη συμπεριφορά του και τη στάση του γενικότερα. Οι υποψήφιοι που θα προσληφθούν τελικά από το γενικό διευθυντή, θα εξετάζονται από το γιατρό της εταιρείας. Στη συνέχεια θα τους προσφέρεται η θέση και θα ορίζουν την ημερομηνία έναρξης της εργασίας. Επίσης, θα ενημερώνονται και οι συμμετέχοντες που δεν επιλέχθηκαν. Μέσω αυτής της διαδικασίας θα διακρίνονται οι καλύτεροι και οι πιο κατάλληλοι εργαζόμενοι, οι οποίοι θα αποτελούν τη βάση της εταιρείας και μέσω αυτών θα εκτελούνται όλες οι εργασίες που θα αποφέρουν κέρδη στην εταιρεία.

7.5 Πρόγραμμα κατάρτισης και εκπαίδευσης

Στην προπαραγωγική φάση του επενδυτικού σχεδίου εφαρμόζεται ένα πρόγραμμα κατάρτισης και εκπαίδευσης στους υπαλλήλους που θα ανήκουν στο τμήμα παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, το πρόγραμμα αυτό θα υλοποιηθεί ένα μήνα πριν την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης. Οι εργαζόμενοι θα εκπαιδευτούν στην παραγωγική διαδικασία και στη σωστή χρήση του μηχανολογικού εξοπλισμού από την εταιρεία εγκατάστασής του. Εκτός από τη διαδικασία παραγωγής, το ανθρώπινο δυναμικό θα ενημερωθεί για τους κανόνες που θα τηρούν κατά την εργασία τους σχετικά με τη συμπεριφορά τους και την ατομική τους υγιεινή. Με την ενημέρωση αυτή θα αποφευχθούν τυχόν λάθη ή ζημιές που μπορεί να προκύπταν στην περίπτωση που οι εργαζόμενοι δε γνώριζαν τις διαδικασίες.

7.6 Εκτίμηση του κόστους εργασίας

7.6.1 Άμεση αμοιβή

Η αμοιβή των εργαζομένων μίας επιχείρησης καθορίζεται από το γενικό διευθυντή. Η εταιρεία έχει έξοδα μέσα από την αμοιβή στους υπαλλήλους και πρέπει να υπολογίσει σωστά το ποσό των μισθών. Από την άλλη, οι εργαζόμενοι πρέπει να αμείβονται για τις εργασίες που προσφέρουν και μάλιστα ο μισθός τους μπορεί να αποτελεί κίνητρο για μεγαλύτερη απόδοση και αποτελεσματικότητα στην εργασία. Η αμοιβή χωρίζεται στην άμεση και την έμμεση οικονομική παροχή. Η άμεση οικονομική παροχή είναι ο μισθός και τα bonus που μπορεί να λαμβάνουν οι εργαζόμενοι. Η έμμεση οικονομική παροχή είναι οι παροχές που δε σχετίζονται με την απόδοση των υπαλλήλων, αλλά με τις πληρωμές για τις άδειες, τις ασφάλειες ζωής ή τις διακοπές. Η «OliveGreen» θα καταβάλει μηνιαίους μισθούς στους εργαζόμενους της στους τραπεζικούς λογαριασμούς τους. Ο μισθός θα καθορίζεται από τη θέση του κάθε εργαζόμενου, τις δυνατότητές του και θα είναι σύμφωνος με τις νομοθετικές διατάξεις, τις συμβάσεις εργασίας και την κυβερνητική πολιτική.

Ο εργοδότης έχει την υποχρέωση να καταβάλει στους εργαζόμενους εκτός από την άμεση αμοιβή, τα επιδόματα εορτών και γάμου, την κοινωνική ασφάλιση, τις αναρρωτικές άδειες και τα είδη ένδυσης για την εργασία τους.

7.6.2 Κόστος ανθρώπινου δυναμικού

Στην παρούσα ενότητα θα υπολογιστεί το κόστος του ανθρώπινου δυναμικού κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης τόσο στην προπαραγωγική, όσο και στη λειτουργική φάση. Ο μισθός του κάθε εργαζόμενου πολλαπλασιάζεται με τους μήνες εργασίας, οι οποίοι είναι 14 καθώς περιλαμβάνονται και τα δώρα των Χριστουγέννων και του Πάσχα. Στο μισθό περιλαμβάνονται και οι εργοδοτικές εισφορές που πρέπει να εκπληρώσει ο εργοδότης στο ασφαλιστικό ταμείο και θα υπολογίσουμε ότι ανέρχονται περίπου στο 30%. Το ποσοστό αυτό επί του μισθού που καταβάλλεται επιλέχθηκε διότι το νομοθετικό πλαίσιο για τις εισφορές αλλάζει συχνά. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιχείρηση δε θα κάνει αυξήσεις στους μισθούς κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της. Αναλυτικότερα τα στοιχεία παρουσιάζονται στους πίνακες που ακολουθούν.

Πίνακας 7. 2: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού στην προπαραγωγική φάση

Κόστος στρατολόγησης ανθρώπινου δυναμικού(€)						
Προσέλκυση και επιλογή υποψηφίων						300
Κόστος αναγκών ανθρώπινου δυναμικού(€)						
Κατηγορία	Αριθμός	Μήνες	Μηνιαίες αποδοχές	Συνολικές αποδοχές	Εργοδοτικές εισφορές	Συνολικό κόστος
Διευθυντής παραγωγής	1	1	1.500	1.500	300	1.800
Γραμματειακή υποστήριξη	1	1	800	800	150	950
Βοηθοί	5	1	900	4.500	150	4.650
Σύνολο						7.400

Πίνακας 7. 3: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού στη λειτουργική φάση

Θέση	Αριθμός εργαζομένων	Μηνιαίες αποδοχές	Ετήσιες αποδοχές	Εργοδοτικές εισφορές	Σύνολο
Γενικός Διευθυντής	1	3.000	36.000	2.000	38.000
Διευθυντής Οικονομικών	1	2.000	24.000	1.000	25.000
Διευθυντής Παραγωγής	1	2.000	24.000	1.000	25.000
Διευθυντής Μάρκετινγκ	1	2.000	24.000	1.000	25.000
Γραμματειακή υποστήριξη	1	800	9.600	150	9.750
Υπάλληλοι	9	900	97.200	150	97.350
Σύνολο					220.100

Κεφάλαιο 8

Τοποθεσία, χώρος εγκατάστασης, περιβάλλον

8.1 Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της νέας μονάδας

Όταν αναλύθηκε ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιήσει η υπό ίδρυση μονάδα, παρουσιάστηκε και η κάτοψη του εργοστασίου με τους χώρους που χρειαστούν για την ορθή και αποδοτική λειτουργία της εταιρείας. Θα υπάρχουν χώροι που θα εξυπηρετούν την παραγωγή και γενικότερα όλες τις διαδικασίες. Αναλυτικότερα, οι χώροι που θα δημιουργηθούν θα είναι:

- Γραφείο Γενικού Διευθυντή
- Γραφείο Οικονομικού Διευθυντή
- Γραφείο Διευθυντή Παραγωγής
- Γραφείο Διευθυντή Μάρκετινγκ
- Γραφεία υπαλλήλων
- Υποδοχή
- Αίθουσα για τα εκπαιδευτικά σεμινάρια
- Χώρος παραγωγής
- Αποθήκες
- Χώρος διαλείμματος
- Αποδυτήρια
- Τουαλέτες
- Πάρκινγκ – Χώρος φόρτωσης-εκφόρτωσης

Με βάση τους χώρους που έχει ανάγκη η επιχείρηση πρέπει να αγοραστεί ένα οικόπεδο 2.000m². Ο χώρος που θα καταλαμβάνει η κατασκευή του εργοστασίου θα είναι 800m². Σε περίπτωση που χρειαστεί η επιχείρηση να μεγαλώσει τις κτηριακές της εγκαταστάσεις στο μέλλον, θα υπάρχει χώρος όπου θα το επιτρέπει.

8.2 Αναζήτηση και επιλογή τοποθεσίας

Ένας παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης είναι η τοποθεσία που θα στεγάζεται το κτήριο. Για το λόγο αυτό πρέπει να αναλυθούν και να ελεγχθούν πολύ καλά οι εναλλακτικές τοποθεσίες που προτείνονται προκειμένου να επιλεγεί η πιο κατάλληλη, η οποία θα πληροί κάποια κριτήρια που κρίνονται απαραίτητα. Ειδικότερα, το κόστος του οικοπέδου που θα αγοραστεί θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην επιλογή. Η τοποθεσία της επιχείρησης πρέπει να εξυπηρετεί γενικότερα τις ανάγκες του μάρκετινγκ και της στρατηγικής που θα ακολουθήσει και να είναι σχετικά κοντά στους προμηθευτές των πρώτων υλών και των υπόλοιπων εισροών. Συγκεκριμένα, πρέπει να είναι κοντά στους παραγωγούς ώστε να μην υπάρχει αυξημένο κόστος μεταφοράς και η μετακίνηση των πρώτων υλών να είναι γρήγορη. Επίσης, σε περίπτωση που χρειαστούν πρώτες ύλες άμεσα θα είναι εύκολο να βρεθούν και να μεταφερθούν. Ό,τι ισχύει για τους προμηθευτές, ισχύει και για τα κανάλια διανομής διότι όσο πιο κοντά στην επιχείρηση είναι τόσο, λιγότερο θα είναι το κόστος μεταφοράς. Καλό θα ήταν κοντά στη μονάδα να υπάρχει διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού ώστε να είναι εύκολη η στελέχωσή της όσον αφορά το ειδικευμένο προσωπικό διότι το διοικητικό προσωπικό θα στελεχωθεί από τους ιδρυτές της. Ο εξωτερικός και εσωτερικός χώρος πρέπει να είναι επαρκής για να εκτελούνται αποτελεσματικά οι εργασίες, αλλά και να υπάρχει διαθέσιμος χώρος για μελλοντική επέκταση, εάν χρειαστεί. Πολύ σημαντικό για μία επιχείρηση ελαιόκαρπου είναι να υπάρχει κοντά της βιολογικό αποχετευτικό δίκτυο για να συνδεθεί, καθώς και δίκτυο για νερό, ηλεκτρισμό και τηλεπικοινωνία. Οι ιδρυτές θα σεβαστούν το κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον της περιοχής και πιστεύουν ότι η ίδρυση της μονάδας θα γίνει αποδεκτή από την τοπική κοινωνία, αφού δε θα προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις στην περιοχή και δε θα ρυπαίνει το περιβάλλον. Οι ιδρυτές θα δώσουν προτεραιότητα σε βιογραφικά άτομων από την κοντινή περιοχή οπότε η ίδρυση της μονάδας θα βοηθήσει και στην ανάπτυξη της οικονομίας γενικότερα.

8.2.1 Χαρακτηριστικά στοιχεία εναλλακτικών τοποθεσιών

Στο προηγούμενο κεφάλαιο ορίστηκαν τα κριτήρια που πρέπει να πληροί μία τοποθεσία ώστε να χαρακτηριστεί ως η κατάλληλη για να εγκατασταθεί η μονάδα ελαιόκαρπου. Σύμφωνα με αυτά τα κριτήρια έχουν εντοπιστεί δύο περιοχές, οι οποίες φαίνεται να διαθέτουν πολλά χαρακτηριστικά συμβατά με την επιθυμία των ιδρυτών για την τελική επιλογή. Παρακάτω αναλύονται εκτενέστερα οι δύο εναλλακτικές τοποθεσίες:

✓ Τοποθεσία Α: Γεράκι Λακωνίας

Το χωριό Γεράκι ανήκει στο Δήμο Ευρώτα του νομού Λακωνίας. Απέχει 39 χιλιόμετρα από τη Σπάρτη Λακωνίας που είναι η πρωτεύουσα του νομού. Βρίσκεται σε υψόμετρο 300 μέτρων και έχει πληθυσμό 1.372 κατοίκους. Η κύρια ενασχόληση των κατοίκων είναι η γεωργία και η κτηνοτροφία. Κάθε χρόνο καλλιεργούνται και παράγονται πάνω από 1.100 τόνους βρώσιμης ελιάς και ελαιόλαδου. Το Γεράκι αποτελεί ένα κατεξοχήν χωριό φημισμένο για τις ελιές καλαμών που παράγει. Στο χωριό υπάρχει και αγροτικός συνεταιρισμός που διαθέτει μονάδα τυποποίησης βρώσιμης ελιάς καλαμών. Επίσης, παράγει λάδι, κρασί, σιτάρι και μέλι. Ο γυναικείος πληθυσμός ασχολείται με την υφαντουργία, υφαίνει τα γερακίτικα κιλίμια στον όρθιο αργαλειό και μάλιστα είχε βραβευτεί παλαιότερα σε εκθέσεις για τα έργα που παρουσίασε. Στο χωριό υπάρχουν πολλές βυζαντινές εκκλησίες και το ξακουστό μεσαιωνικό κάστρο Γερακίου του 13^{ου} αιώνα – που συχνά καλείται ο «μικρός Μυστράς», το οποίο είναι ανοικτό και επισκέψιμο. Επίσης, στο ψηλότερο σημείο του χωριού υπάρχει η ακρόπολη όπου έχει ανασκαφές από αρχαιολόγους και θέα όλο το χωριό μέχρι τη θάλασσα που βλέπει το κάστρο της Μονεμβασιάς και το κάστρο του Μυστρά. Το χωριό χαρακτηρίζει η γραφικότητά του με τα στενά σοκάκια του και τους πλακόστρωτους δρόμους γύρω από την κεντρική πλατεία. Οι ιδρυτές της μονάδας κατάγονται και κατοικούν στο Γεράκι Λακωνίας και θέλουν να δημιουργήσουν εκεί την επιχείρησή τους. Πολύ σημαντικό είναι ότι οι περισσότεροι κάτοικοι ασχολούνται με τη γεωργία επομένως, η εύρεση και η διαθεσιμότητα της πρώτης ύλης θα είναι άφθονη και άμεση. Οποιαδήποτε στιγμή χρειαστεί εκτάκτως, εκτός των προσυμφωνημένων, να προμηθευτούν

την πρώτη ύλη θα υπάρχει άμεση ανταπόκριση. Το οικοπέδο που προσφέρεται να διατεθεί για την εγκατάσταση της μονάδας είναι 2.000m² και βρίσκεται λίγα χιλιόμετρα έξω από το χωριό, κάτι το οποίο σημαίνει ότι η πρόσβαση στο χώρο θα είναι εύκολη και θα βρίσκεται κοντά στην τοπική κοινωνία, κοντά στην αγορά. Το κόστος απόκτησης του οικοπέδου είναι 200.000€. Ακόμα και από την πρωτεύουσα του νομού δεν απέχει πολύ και θα είναι εύκολη η πρόσβαση και εκεί. Η θέση του οικοπέδου είναι σε κεντρικό σημείο και αποτελεί πέρασμα για τη Μονεμβασιά, το Γύθειο και άλλες τουριστικές περιοχές του νομού. Επιπλέον, υπάρχουν νέα άτομα που αναζητούν εργασία και θα μπορούσαν να εργαστούν στο εργοστάσιο. Αυτό συνεπάγεται ότι η ίδρυσή του θα βοηθήσει και την ανάπτυξη της οικονομίας του χωριού.



Εικόνα 8. 1: Γεράκι Λακωνίας

Πηγή: <https://www.patrisnews.com/geraki-o-mikros-mystras-tis-lakonias/>

✓ Τοποθεσία Β: Βρονταμάς Λακωνίας

Το χωριό Βρονταμάς ανήκει στο Δήμο Ευρώτα του νομού Λακωνίας. Απέχει 45 χιλιόμετρα από τη Σπάρτη Λακωνίας σε υψόμετρο 140 μέτρων και απαριθμεί 757 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2001. Ο πληθυσμός του χωριού ασχολείται κυρίως με τη γεωργία, την κτηνοτροφία και τη μελισσοκομία. Αποτελεί ένα χωριό που επίσης παράγει μεγάλη ποσότητα βρώσιμων ελιών καλαμών. Ο ποταμός Ευρώτας διασχίζει την περιοχή και στις όχθες του υπάρχουν πλατάνια και καλάμια. Λίγο έξω από το χωριό βρίσκεται το Παλιομονάστηρο, ένας ναός σε σχήμα σπηλιάς από το 1.100 μ.Χ. που προστάτευσε τους κατοίκους από τις επιδρομές του Ιμπραήμ, οι οποίοι στο τέλος κάηκαν. Το οικοπέδο που διατίθεται για να εγκατασταθεί η μονάδα είναι 1800m² και βρίσκεται έξω από το χωριό. Το κόστος απόκτησης του οικοπέδου είναι 250.000€. Η θέση του οικοπέδου είναι ανάμεσα στα δύο χωριά Γεράκι και Βρονταμά και το δεύτερο χωριό είναι κοντά και στη Σκάλα, κωμόπολη με έντονη αγοραστική δραστηριότητα. Η διαθεσιμότητα των πρώτων υλών θα είναι εύκολη και άμεση καθώς οι κάτοικοι απασχολούνται με την καλλιέργεια της ελιάς. Η επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού θα είναι εύκολη καθώς υπάρχουν άτομα που αναζητούν εργασία και είναι διατεθειμένα να εργαστούν. Η δημιουργία της μονάδας είναι αποδεκτή από την κοινωνία γιατί γνωρίζουν ότι θα αναπτυχθεί οικονομικά η περιοχή.



Εικόνα 8. 2: Βρονταμάς Λακωνίας

Πηγή: <http://farmakeiolouki.blogspot.com/2017/12/blog-post.html>



Εικόνα 8. 3: Περιοχές πιθανής εγκατάστασης της μονάδας

8.2.2 Αξιολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών

Στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάστηκαν οι δύο εναλλακτικές τοποθεσίες που πληρούν περισσότερο τα κριτήρια. Για την τελική επιλογή πρέπει να γίνει εξέταση, σύγκριση και αξιολόγηση τόσο της τοποθεσίας στο Γεράκι όσο και της τοποθεσίας στο Βρονταμά Λακωνίας. Για την αξιολόγηση των τοποθεσιών θα ακολουθήσουμε μια συγκεκριμένη διαδικασία. Αρχικά, θα ορίσουμε συντελεστές βαρύτητας στο κάθε ένα κριτήριο που απαιτείται για την επιλογή της τοποθεσίας ανάλογα με τη σημαντικότητα και τη βαρύτητα τους καθενός κριτηρίου, σύμφωνα με τη γνώμη των ιδρυτών. Το άθροισμα όλων των συντελεστών βαρύτητας πρέπει να ισούται με το 100. Στη συνέχεια, οι περιοχές θα αξιολογηθούν με βαθμολόγηση, η οποία μπορεί να είναι από το 0 έως το 10. Για να προκύψει το συνολικό αποτέλεσμα θα πολλαπλασιάζεται η βαθμολόγηση της κάθε τοποθεσίας με το συντελεστή βαρύτητας και στο τέλος, θα προστεθούν ώστε να έχουμε την τελική βαθμολογία. Οι τελικές βαθμολογίες των δύο τοποθεσιών θα συγκριθούν μεταξύ τους και αυτή που θα έχει τη μεγαλύτερη βαθμολόγηση θα είναι και αυτή που θα αξιολογηθεί ως η πιο κατάλληλη για την εγκατάσταση του εργοστασίου. Τα βασικότερα κριτήρια -που θα έχουν και τους μεγαλύτερους συντελεστές βαρύτητας- είναι αυτά της δυνατότητας ευχερούς προμήθειας πρώτων υλών και λοιπών εισροών και η επάρκεια γης με ένα χαμηλό όσο το δυνατό κόστος απόκτησης. Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται οι συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων επιλογής της τοποθεσίας και η βαθμολόγηση των εναλλακτικών τοποθεσιών.

Πίνακας 8. 1: Συντελεστές βαρύτητας κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας

Κριτήριο	Συντελεστής βαρύτητας
Δυνατότητα ευχερούς προμήθειας πρώτων υλών και λοιπών εισροών	25
Ύπαρξη κοντινών αγοραστικών κέντρων	10
Επάρκεια αναγκαίου προσωπικού	5
Δυνατότητα διάθεσης αποβλήτων	5
Επάρκεια γης	25
Αποδοχή από την τοπική κοινωνία	10
Εξυπηρέτηση των αναγκών του Μάρκετινγκ και της Επιχειρησιακής Στρατηγικής	20
Σύνολο	100

Πίνακας 8. 2: Στάθμιση και βαθμολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών

Κριτήριο	Τοποθεσία A	Τοποθεσία B	Συντελεστής βαρύτητας	Τοποθεσία A	Τοποθεσία B
Δυνατότητα ευχερούς προμήθειας πρώτων υλών και λοιπών εισροών	10	9	25	250	225
Ύπαρξη κοντινών αγοραστικών κέντρων	9	8	10	90	80
Επάρκεια αναγκαίου προσωπικού	10	9	5	50	45
Δυνατότητα διάθεσης αποβλήτων	10	8	5	50	40
Επάρκεια γης (προσιτής)	9	8	25	225	200
Αποδοχή από την τοπική κοινωνία	9	8	10	90	80
Εξυπηρέτηση των αναγκών του Μάρκετινγκ και της	9	9	20	180	180

Επιχειρησιακής Στρατηγικής			
Σύνολο	100	935	850

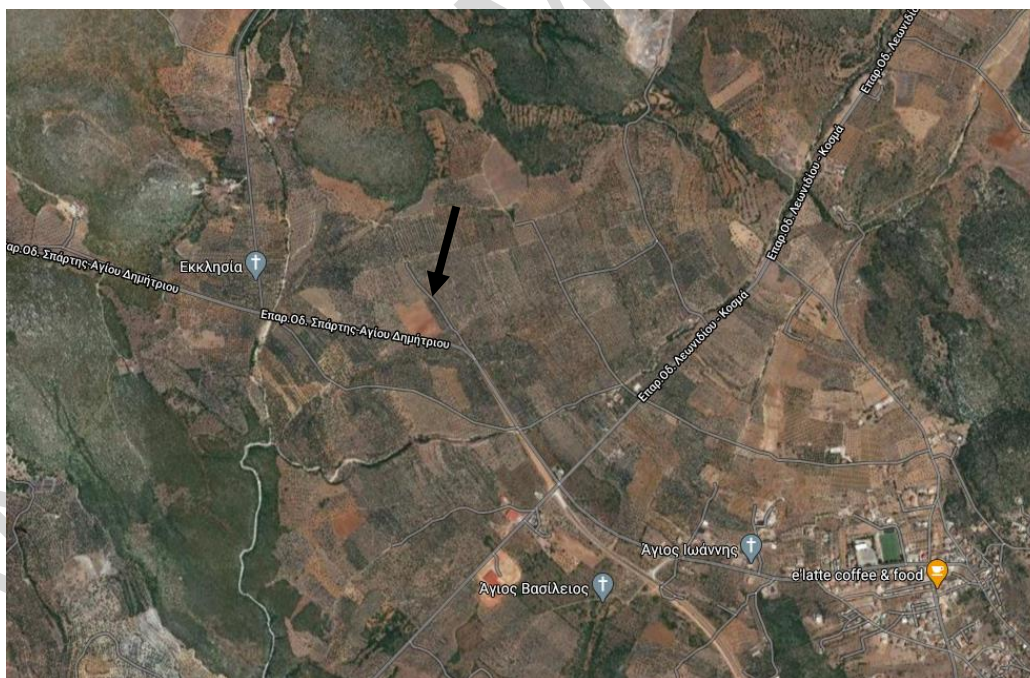
Με βάση τον πίνακα 8.2 και τη βαθμολόγηση που προκύπτει για την κάθε μία τοποθεσία, φαίνεται ότι η περιοχή στο Γεράκι Λακωνίας συγκεντρώνει βαθμολογία **935** και η περιοχή στο Βρονταμά Λακωνίας συγκεντρώνει βαθμολογία **850**. Αυτό συνεπάγεται ότι η πιο κατάλληλη τοποθεσία για την εγκατάσταση της μονάδας ελαιόκαρπου κρίνεται το Γεράκι Λακωνίας. Παρατηρούμε ότι υπάρχει υψηλότερη δυνατότητα ευχερούς προμήθειας πρώτων υλών και λοιπών εισροών και το κόστος απόκτησης του οικοπέδου είναι χαμηλότερο από την εναλλακτική τοποθεσία. Αυτά τα δύο κριτήρια τέθηκαν και ως τα σημαντικότερα από τους ιδρυτές και το Γεράκι υπερισχύει.

8.3 Επιλογή του χώρου εγκατάστασης

Αφού επιλέχθηκε η γεωγραφική τοποθεσία του χώρου που θα δραστηριοποιηθεί η μονάδα ελαιόκαρπου, σειρά έχει να εντοπιστεί ο κατάλληλος χώρος, όπου θα εγκατασταθεί. Οι ιδρυτές θα αναζητήσουν ένα οικόπεδο, το οποίο θα είναι μεγάλης έκτασης και η τιμή απόκτησής του θα είναι προσιτή και οικονομική.

8.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά χώρου εγκατάστασης

Όπως έχει αναφερθεί ήδη, η μονάδα συσκευασίας ελαιόκαρπου θα εδρεύει στο Γεράκι Λακωνίας. Οι ιδρυτές διεξήγαγαν λεπτομερή έρευνα και εξέταση της περιοχής ώστε να εντοπίσουν το κατάλληλο οικόπεδο για τη δημιουργία του εργοστασίου. Μετά από αυτή τη μελέτη, κατέληξαν στην επιλογή ενός οικοπέδου 2.000m², λίγα χιλιόμετρα έξω από το χωριό Γεράκι και φαίνεται ότι πληροί όλα τα κριτήρια. Ο χώρος που θα καταλαμβάνει η κατασκευή του εργοστασίου θα είναι 800m². Έχει μελετηθεί και η πιθανότητα μελλοντικής επέκτασης του εργοστασίου και είναι ικανό το οικόπεδο αυτό να υποστηρίξει μία τέτοια ενέργεια. Το κόστος απόκτησης του οικοπέδου υπολογίζεται στις 200.000€. Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνεται ακριβώς ποια θα είναι η γεωγραφική θέση του οικοπέδου.



Εικόνα 8. 4: Γεωγραφική θέση οικοπέδου

8.4 Περιγραφή τοπικών παραγόντων - Προστασία περιβάλλοντος

Πριν τη δημιουργία της μονάδας ελαιόκαρπου στην περιοχή πρέπει να γίνει μία περιβαλλοντική μελέτη, η οποία θα ερευνά όλους τους γεωλογικούς και γεωφυσικούς παράγοντες που επηρεάζουν το φυσικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, οι μελέτες αφορούν την εξέταση του υπεδάφους της περιοχής και το πόσο αποτελεσματική θα είναι η ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας. Το έδαφος φαίνεται ότι είναι κατάλληλο για την εγκατάσταση της μονάδας και οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές, καθώς ο χειμώνας είναι ήπιος με βροχοπτώσεις και το καλοκαίρι θερμό. Η αρχιτεκτονική του κτηρίου πρέπει να είναι σύμφωνη με τους όρους δόμησης της περιοχής και να εντάσσεται αρμονικά στο περιβάλλον. Επίσης, η περιβαλλοντική μελέτη πρέπει να αναφέρεται στις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η δημιουργία του εργοστασίου στο περιβάλλον. Όπως φαίνεται, η εγκατάσταση της μονάδας δε θα προκαλέσει αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον και το αναπτυξιακό πρόγραμμα φαίνεται να είναι αβλαβές καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας και μελλοντικά.

8.4.1 Επιπτώσεις στο περιβάλλον - Διασφάλιση ποιότητας περιβάλλοντος

Πολύ σημαντικό για την υπό ίδρυση επιχείρηση είναι να υλοποιήσει μία μελέτη, στην οποία θα αναφέρονται ποιες μπορεί να είναι οι επιπτώσεις του επενδυτικού σχεδίου στο περιβάλλον. Όπως φαίνεται, δε θα υπάρχουν αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον, ούτε κατά την περίοδο που θα κατασκευάζεται η μονάδα ελαιόκαρπου, ούτε κατά την περίοδο λειτουργίας της. Επίσης, η επιχείρηση δεν θα προκαλεί στοιχεία που θα ρυπαίνουν το περιβάλλον. Η μονάδα θα λειτουργεί έτσι που δε θα προκαλεί καμία αρνητική επίπτωση στους φυσικούς πόρους και τα οικοσυστήματα. Η εν λόγω επιχείρηση έχει θέσει ως αξία να διασφαλίσει την ποιότητα του περιβάλλοντος

και να διατηρήσει τις ισορροπίες τόσο στη χλωρίδα και την πανίδα της περιοχής και αυτό θα προσπαθήσει να πετύχει.

Για την ορθή λειτουργία της επιχείρησης πρέπει να εφαρμοστεί ένα Σύστημα Διαχείρισης του Περιβάλλοντος, το οποίο θα συνδέει την πολιτική προστασίας του περιβάλλοντος με την πολιτική της επιχείρησης και θα αποτελείται από πρότυπα διαχείρισης και προϊόντων. Δύο είναι τα πιο γνωστά συστήματα και είναι το ISO14001 και το Ευρωπαϊκό πρότυπο. Το ISO14001 που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση είναι ένα διεθνές πρότυπο που καθορίζει πως η επιχείρηση θα μπορέσει να μειώσει την περιβαλλοντική της επίδραση και να αυξήσει την απόδοσή της. Με το σύστημα αυτό, η επιχείρηση θα λειτουργεί με βάση την ισχύουσα νομοθεσία και θα έχει ισχυρή θέση στον ανταγωνισμό αφού θα βελτιώσει τη φήμη της και θα αυξήσει τα κέρδη της. Κατά συνέπεια θα μειώσει το λειτουργικό της κόστος και τα απορρίμματα που προκύπταν. Οι πόροι που θα χρειαστούν είναι οικονομικοί πρωτίστως, και μετά είναι ο χρόνος και το ανθρώπινο δυναμικό. Η χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιβάλλοντος θα βελτιώσει τη γενικότερη εικόνα της επιχείρησης αφού θα δίνει την αίσθηση εμπιστοσύνης στους περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους πελάτες¹⁹.

¹⁹http://ermis.acci.gr/green/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=87&language=e

8.5 Υπολογισμός του κόστους

Στην παρούσα ενότητα υπολογίζεται το συνολικό κόστος που πρέπει να δαπανήσει η επιχείρηση ώστε να αγοράσει τη γη και το οικόπεδο που θα στεγάζεται. Στο κόστος αυτό περιλαμβάνονται και οι μελέτες που θα γίνουν σχετικά με τη γεωλογία και το περιβάλλον αλλά και τα νομικά έξοδα που θα προκύψουν προκειμένου να ολοκληρωθούν οι διαδικασίες εγκατάστασης. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα κόστη αναλυτικά:

Πίνακας 8. 3: Εκτίμηση κόστους επένδυσης για το χώρο εγκατάστασης

Περιγραφή	Κόστος (€)
Αγορά οικοπέδου	200.000
Γεωλογικές μελέτες	8.000
Περιβαλλοντική μελέτη	5.000
Νομικά και λοιπά έξοδα	2.000
Σύνολο	215.000

Κεφάλαιο 9 Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου

9.1 Στόχοι του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου

9.1.1 Έννοια του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου

Με τον όρο προγραμματισμός του έργου εννοείται η χρονική περίοδο από την στιγμή που θα ληφθεί η απόφαση για την επένδυση μέχρι την έναρξη της λειτουργίας και της παραγωγικής διαδικασίας. Ο προγραμματισμός είναι αναγκαίο να γίνει διότι σε αντίθετη περίπτωση μπορεί να καθυστερήσουν όλες οι φάσεις και ελλοχεύει ο κίνδυνος να μην είναι σε καλό επίπεδο η οικονομική λειτουργία της επιχείρησης. Επομένως, σε αυτό το κεφάλαιο αναλύονται όλες οι εργασίες που χρειάζονται ώστε να περάσουμε από το στάδιο της προμελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας και την εργασία της ανάλυσης αυτής έχει αναλάβει η ομάδα εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου. Ωστόσο, ο προγραμματισμός θα αφορά και ένα σχέδιο χρήσης των πόρων για τη διεκπεραίωση όλων των δραστηριοτήτων, το οποίο θα γίνει με βάση ένα χρονοδιάγραμμα που θα αναφέρει όλα τα στάδια εκτέλεσης σύμφωνα με τους απαιτούμενους πόρους και τη διάρκεια των δραστηριοτήτων που χρειάζεται σε κάθε στάδιο.

9.1.2 Εργασίες προγραμματισμού και προϋπολογισμού

Για τον προγραμματισμό και τον προϋπολογισμό του επενδυτικού σχεδίου πρέπει να γίνουν κάποιες συγκεκριμένες εργασίες. Αρχικά, χρειάζεται να καθοριστούν οι δραστηριότητες που πρέπει να γίνουν για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου και η χρονική διάρκεια, δηλαδή η ημερομηνία έναρξης και η ημερομηνία λήξης της κάθε δραστηριότητας, καθώς και το πόσο θα διαρκεί η κάθε μία. Επίσης, είναι ωφέλιμο να οριστεί η σειρά με την οποία θα γίνονται οι δραστηριότητες του επενδυτικού σχεδίου, αλλά και οι οικονομικοί πόροι που απαιτούνται για την εκτέλεσή τους. Τέλος, χρειάζεται να γίνει ένας προϋπολογισμός της εκτέλεσης του έργου και των χρημάτων που θα δαπανηθούν ώστε να γνωρίζουν από πριν οι ιδρυτές το κόστος.

9.2 Η ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης του έργου

Η εκτέλεση του έργου θα γίνει από μία συγκεκριμένη ομάδα που θα το αναλάβει μέχρι την περάτωσή του και την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης και θα είναι η μόνη υπεύθυνη για την εξέλιξή του. Η ομάδα θα αποτελείται από άτομα ικανά και αποτελεσματικά, άτομα που μπορούν να ανταπεξέλθουν στη διαχείριση του έργου. Η κύρια αρμοδιότητα της ομάδας θα είναι να ελέγχει ότι τηρούνται τα χρονικά όρια που έχουν καθοριστεί και δεν υπάρχουν αποκλίσεις. Εκτός από τα χρονικά όρια, θα ελέγχει και τα οικονομικά όρια διότι μία υπέρβαση στο κόστος θα δημιουργήσει ζημία σε όλη την επιχείρηση και ειδικά στο στάδιο πριν τη λειτουργία της. Επομένως, πρέπει και να εξασφαλίσει ότι η χρηματοδότηση του έργου θα είναι ομαλή βάσει των προδιαγραφών εκτέλεσης, ασφάλειας και ποιότητας του έργου. Σε αυτό το στάδιο θα γίνει και η εύρεση του ανθρώπινου δυναμικού και η ομάδα θα είναι σε θέση να κρίνει και να επιλέξει το προσωπικό που θα είναι αποδοτικό και θα βοηθήσει στα κέρδη της επιχείρησης. Για τον ορθό έλεγχο και συντονισμό των λειτουργιών από την ομάδα, απαραίτητη προϋπόθεση τίθεται η γνώση της πάνω σε αυτό που κάνει και η εμπειρία της. Οι ιδρυτές της μονάδας θα αποτελούν και μέλη της ομάδας επίβλεψης και εκτέλεσης του έργου και με αυτό τον τρόπο θα ελέγχουν και οι ίδιοι τις λειτουργίες της επιχείρησης τους αλλά θα μπορούν να προσφέρουν τις γνώσεις τους και τις εμπειρίες τους για το καλύτερο της μονάδας. Τέλος, στην ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης του έργου θα συμμετέχουν οι εργολάβοι και τα συνεργεία των τεχνικών προκειμένου να βοηθήσουν στην ολοκλήρωση του έργου.

9.3 Στάδια εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

9.3.1 Επιμέρους στάδια και προγράμματα

Για να εκτελεστεί το επενδυτικό σχέδιο με ακρίβεια και ορθότητα πρέπει να γίνει ένας αποτελεσματικός προγραμματισμός όλων των διαδικασιών και έτσι δε θα προκύψουν προβλήματα και καθυστερήσεις. Ο προγραμματισμός του έργου θα χωριστεί σε συγκεκριμένα στάδια, τα οποία θα περιλαμβάνουν μία συγκεκριμένη δραστηριότητα και τη διάρκειά της ώστε να είναι ακριβώς γνωστό πότε θα ξεκινά και πότε θα τελειώνει η κάθε μία. Το ένα στάδιο θα ακολουθεί το άλλο και με την ολοκλήρωση του ενός θα ξεκινά το επόμενο. Επομένως, θα υπάρχει μία αλληλουχία στα επιμέρους στάδια και τα προγράμματα. Στην επόμενη ενότητα αναλύονται τα στάδια της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.

9.3.2 Αναλυτική παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα γίνει η παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου για να είναι αποτελεσματική η καταγραφή του χρονοδιαγράμματος και να εκτιμηθεί ο χρόνος περάτωσης των έργων. Στη συνέχεια αναλύονται όλες οι δραστηριότητες.

- **Σύσταση της εταιρείας και νομικές απαιτήσεις: 19 μέρες**

Προκειμένου να συσταθεί η εταιρεία είναι απαραίτητο να συμφωνηθούν οι προθέσεις των συνεταίρων της για την ίδρυση της μονάδας, για τα χρηματοοικονομικά και για τα προσχέδια των απαιτούμενων εγγράφων. Επίσης, πρέπει να υπάρξει αίτηση από τις αρχές για τη σύσταση της εταιρείας, καθώς και η επίσημη άδεια και κατοχύρωση της νέας επιχείρησης.

- **Μηχανολογικά σχέδια – Ανάθεση κατασκευής: 25 μέρες**

Στο κεφάλαιο 5 της παρούσας μελέτης έχουν αναλυθεί τα μηχανολογικά και χωροταξικά σχέδια σύμφωνα με τα οποία θα κατασκευαστεί το εργοστάσιο. Τη μελέτη και την ολοκλήρωση της κατασκευής της εν λόγω μονάδας για τη συσκευασία της επιτραπέζιας ελιάς έχει αναλάβει η κατασκευαστική εταιρεία «Βιοτέρ Α.Ε.».

- **Λήψη αδειών: 15 μέρες**

Προκειμένου να λειτουργήσει η παραγωγική μονάδα, πρέπει να γίνουν όλες οι διαδικασίες για να ληφθούν οι άδειες για την ανέγερση των κτηριακών εγκαταστάσεων και την απόκτηση και τη μεταφορά του μηχανολογικού εξοπλισμού.

- **Ενέργειες χρηματοδότησης: 30 μέρες**

Το συνολικό κόστος του επενδυτικού σχεδίου και οι πηγές χρηματοδότησής του θα υπολογιστούν μετά την αποδοχή για την εφαρμογή της επένδυσης. Τότε, οι ιδιοκτήτες θα δηλώσουν το ποσοστό συμμετοχής τους και το ύψος της κρατικής επιχορήγησης που θα λάβουν. Ύστερα, θα υπολογιστούν οι δανειακές ανάγκες της επιχείρησης και οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν ώστε να καλυφθούν.

- **Απόκτηση γης: 15 μέρες**

Το στάδιο αυτό έχει αναλυθεί στο κεφάλαιο 8 και αφορά όλες τις ενέργειες που θα γίνουν για τη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας του οικοπέδου στους ιδρυτές της επιχείρησης.

- **Κατασκευή έργων πολιτικού μηχανικού: 120 μέρες**

Η κατασκευή των έργων του πολιτικού μηχανικού πρέπει να είναι απόλυτα ακριβής και η ημερομηνία που θα τεθεί ως τελική να ισχύσει. Εάν καθυστερήσουν τα έργα σε αυτό το στάδιο τότε θα καθυστερήσουν και όλες οι υπόλοιπες ενέργειες που απαιτούνται για την ίδρυση της μονάδας και αυτό πρέπει να αποφευχθεί. Σημαντικό εδώ είναι ότι με το τέλος των έργων του πολιτικού μηχανικού πρέπει να ξεκινήσει η τοποθέτηση της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού.

- **Απόκτηση τεχνολογίας και μεταφορά μηχανολογικού εξοπλισμού: 20 μέρες**

Στο στάδιο αυτό διευκρινίζεται η χρονική περίοδος για την απόκτηση της τεχνολογίας και την εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού, τα οποία παρουσιάστηκαν αναλυτικότερα στο κεφάλαιο 5.

- **Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού: 24 μέρες**

Μέσα σε αυτές τις 24 μέρες θα διενεργηθούν έρευνες για την προσέλκυση και την πρόσληψη του ανθρώπινου δυναμικού με βάση τις διαδικασίες που αναλύθηκαν στο κεφάλαιο 7.

- **Προμήθεια πρώτων υλών και άλλων εφοδίων: 10 μέρες**

Η προμήθεια των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων θα γίνει 10 μέρες πριν την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας με σκοπό τον έλεγχό τους ώστε να αποφευχθεί οποιαδήποτε καθυστέρηση ή ζημιά.

- **Μάρκετινγκ πριν την έναρξη: 10 μέρες**

Πριν την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας, το τμήμα Μάρκετινγκ θα έχει προωθήσει τα προϊόντα και την ίδρυση της μονάδας ώστε να είναι ενήμερο το καταναλωτικό κοινό για τα προϊόντα που θα εξέλθουν στην αγορά.

- **Επιθεώρηση – Συντονισμός – Έλεγχος: 14 μέρες**

Το τελευταίο στάδιο του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει την επιθεώρηση, το συντονισμό και τον έλεγχο όλων των προηγούμενων σταδίων, ώστε να διαπιστωθεί ότι όλα λειτουργούν σωστά και δεν υπάρχουν προβλήματα ή λάθη στις διαδικασίες. Εδώ πραγματοποιείται και μία δοκιμή της παραγωγικής διαδικασίας για να μην προκύψει πρόβλημα κατά την πρώτη λειτουργία των μηχανημάτων.

9.4 Χρονικός προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναφερθούν όλες οι δραστηριότητες που χρειάζεται να γίνουν με τη σχετική αλληλουχία μεταξύ τους και ο απαιτούμενος χρόνος εκτέλεσης των σταδίων του επενδυτικού σχεδίου. Ακόμα, παρατίθεται και ένα διάγραμμα Gantt, το οποίο είναι ένα οριζόντιο ιστόγραμμα και στον οριζόντιο άξονά του παρουσιάζει τη συνολική χρονική έκταση του σχεδίου διαχωρισμένη σε διαστήματα και στον κάθετο άξονα τις δραστηριότητες που αποτελούν το έργο στο σύνολό του. Το διάγραμμα απεικονίζει τη σχέση των δράσεων του συγκεκριμένου έργου μέσα στο διάστημα από 18-1-2021 έως 1-10-2021 και θα βοηθήσει γενικότερα στο σχεδιασμό και το συντονισμό των εργασιών.

Πίνακας 9. 1: Απαιτούμενος χρόνος εκτέλεσης σταδίων του επενδυτικού σχεδίου

Δραστηριότητα	Ημερομηνία έναρξης	Διάρκεια (μέρες)	Ημερομηνία λήξης
Σύσταση εταιρείας και νομικές απαιτήσεις	18-1-2021	19	6-2-2021
Μηχανολογικά σχέδια- Ανάθεση κατασκευής	7-2-2021	25	3-3-2021
Λήψη αδειών	4-3-2021	15	19-3-2021
Ενέργειες χρηματοδότησης	20-3-2021	30	19-4-2021
Απόκτηση γης	20-4-2021	15	5-5-2021
Κατασκευή έργων πολιτικού μηχανικού	6-5-2021	120	6-8-2021
Απόκτηση τεχνολογίας και μεταφορά μηχανολογικού εξοπλισμού	10-7-2021	20	1-8-2021
Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού	2-8-2021	24	26-8-2021
Προμήθεια α' υλών και άλλων εφοδίων	27-8-2021	10	6-9-2021
Μάρκετινγκ πριν την έναρξη	7-9-2021	10	17-9-2021
Επιθεώρηση-Συντονισμός-Έλεγχος	18-9-2021	14	1-10-2021



Διάγραμμα 9. 1: Διάγραμμα Gantt

Στο διάγραμμα παρουσιάζεται η αλληλουχία των δραστηριοτήτων για να μη δημιουργηθεί κάποιο πρόβλημα και με βάση αυτό φαίνεται ότι ο πιο σύντομος χρόνος για να ολοκληρωθούν οι δραστηριότητες του έργου είναι: $19+25+15+30+15+120+19+10+10+14=277$ μέρες. Εάν γίνει αποδεκτό το επενδυτικό σχέδιο, τότε η μονάδα θα λειτουργήσει στις 1-10-2021.

9.5 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος

Για τη σωστή εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος πρέπει να υπολογιστούν όλες οι χρηματικές δαπάνες από τη λήψη της απόφασης για την ίδρυση της μονάδας έως την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας. Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας για την εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος και αναφέρεται σε όλα τα στάδια της εκτέλεσης του σχεδίου.

Πίνακας 9. 2: Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης προγράμματος

Περιγραφή	Κόστος(€)
Κόστος σύστασης εταιρείας και λήψης αδειών	5.000
Σχέδιο μηχανολογικών/έργων πολιτικού μηχανικού	7.000
Στρατολόγηση και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού	9.000
Ενέργειες για προμήθειες	3.000
Επίβλεψη, συντονισμός, έλεγχος έργων πολιτικού μηχανικού και μηχανημάτων	5.000
Νομικά και συμβολαιογραφικά έξοδα	2.000
Ενέργειες για προ-παραγωγικό μάρκετινγκ	10.000
Λοιπές προκαταρτικές δαπάνες	1.000
Σύνολο	42.000

Κεφάλαιο 10

Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης

10.1 Στόχοι χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης

Το κεφάλαιο 10 αποτελεί το τελευταίο της παρούσας μελέτης και ενός επενδυτικού σχεδίου γενικότερα. Αναλύονται τα χρηματοοικονομικά στοιχεία της επιχείρησης με σκοπό να γίνει η αξιολόγηση του παρόντος επενδυτικού σχεδίου. Ειδικότερα, στόχος της αξιολόγησης της επένδυσης είναι να ελεγχθεί το αν το επενδυτικό σχέδιο που πρόκειται να εφαρμοστεί είναι αποδοτικό και αν η επένδυση συμφέρει οικονομικά και είναι ελκυστική για την αγορά. Επίσης, θα αναλυθούν οι πόροι που θα χρησιμοποιηθούν. Θα γίνει έλεγχος για να εντοπιστούν τυχόν αδυναμίες στα χρηματοοικονομικά και να επιλυθούν -εάν υπάρχουν, ώστε να μειωθεί ο επιχειρηματικός κίνδυνος. Για να γίνουν όλα τα παραπάνω πρέπει να εξεταστούν οι καθαρές ταμειακές ροές της επένδυσης και να μετατραπεί η ρευστότητα, δηλαδή τα κεφάλαια των ιδρυτών, η κρατική επιχορήγηση και ο δανεισμός σε παραγωγικό ενεργητικό, δηλαδή πάγιες επενδύσεις και καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Καταλήγοντας θα αξιολογηθεί η επένδυση και θα επιλεγούν τα στοιχεία που αποφέρουν κέρδη και είναι τα πιο αποδοτικά ώστε να μπορέσει να χαρακτηριστεί βιώσιμη η μονάδα παραγωγής ελαιόκαρπου.

10.2 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης

Στα προηγούμενα κεφάλαια υπολογίστηκαν όλα τα συνολικά κόστη που θα προκύψουν από όλες τις δραστηριότητες που οφείλει να διεκπεραιώσει η επιχείρηση. Με βάση τα κόστη αυτά, τα οποία αφορούν τα έξοδα της προ παραγωγικής και λειτουργικής φάσης, θα αξιολογηθεί το επενδυτικό σχέδιο τελικώς. Επομένως, πρέπει να υπολογιστεί το συνολικό κόστος επένδυσης που προκύπτει από το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης.

$$\text{Κόστος Επένδυσης} = \text{Πάγιο Ενεργητικό} + \text{Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης}$$

10.2.1 Πάγιο ενεργητικό

Το πάγιο ενεργητικό περιλαμβάνει όλες τις ενσώματες ακινητοποιήσεις που είναι το οικόπεδο, το κτήριο, τα μηχανήματα, τα έπιπλα και τα μεταφορικά μέσα και τις ασώματες ακινητοποιήσεις που είναι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησία και τα εμπορικά σήματα. Επίσης, στο πάγιο ενεργητικό εμπεριέχονται οι προ παραγωγές δαπάνες που αφορούν τα έξοδα εκπόνησης των μελετών και οι συνολικές δαπάνες που είναι αναγκαίες για τη λειτουργία της επιχείρησης. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης, το οποίο αποτελεί σημαντικό κομμάτι του μη κυκλοφορούντος ενεργητικού:

Πίνακας 10. 1: Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης

Περιγραφή	Κόστος (€)
Πάγιες επενδύσεις	381.900
Αγορά οικοπέδου	200.000
Μηχανολογικός εξοπλισμός	117.900
Έργα πολιτικού μηχανικού	64.000
Προ παραγωγικές δαπάνες	48.500
Προ επενδυτικές μελέτες και έρευνες	6.500
Έξοδα εκτέλεσως του προγράμματος	42.000
Σύνολο	430.400

10.2.2 Καθαρό κεφάλαιο κίνησης

Το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης (ΚΚΚ) της επιχείρησης προκύπτει από το τρέχον ενεργητικό μείον το τρέχον παθητικό. Στο τρέχον ενεργητικό περιλαμβάνονται τα αποθέματα, τα χρεόγραφα, τα προπληρωμένα στοιχεία και οι λογαριασμοί πελατών. Στο τρέχον παθητικό περιλαμβάνονται οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Για τη λειτουργία της επιχείρησης χρειάζονται πόροι, οι οποίοι θα είναι οι κεφαλαιακές δαπάνες που απαιτούνται και προκύπτουν από Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης. Για να υπολογίσουμε το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης, πρέπει αρχικά να οριστούν οι ελάχιστες μέρες για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό και τα δεδομένα του κόστους για το κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και του τρέχοντος παθητικού. Στη συνέχεια, ορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό, με διαίρεση των 360 ημερών του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης κάλυψης ($Y=360/Y$) και διαίρεση των δεδομένων του κόστους με τους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B=A/Y$), αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το ενεργητικό.

Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης = Τρέχον Ενεργητικό – Τρέχον Παθητικό

Επίσης, θα υπολογιστούν οι ετήσιες συνολικές αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού που προκύπτουν από τη διαίρεση της αξίας κτήσης του πάγιου στοιχείου με τα έτη ωφέλιμης ζωής. Τα ωφέλιμα έτη ορίζεται ότι είναι 10. Το οικόπεδο είναι το πάγιο περιουσιακό στοιχείο που δεν υπόκειται σε απόσβεση διότι δεν έχει συγκεκριμένη διάρκεια ζωής.

Ετήσια Απόσβεση = Αξία Κτήσης Πάγιου Στοιχείου / Έτη Ωφέλιμης Ζωής

Ετήσια Απόσβεση = 430.400 / 10 = 43.040

Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται οι ανάγκες της επιχείρησης σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.

Πίνακας 10. 2: Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού	
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	30 ημέρες
B. Αποθέματα	
Πρώτες ύλες	180 ημέρες
Υλικά συσκευασίας	90 ημέρες
Τελικά προϊόντα	60 ημέρες
Γ. Μετρητά στο ταμείο	15 ημέρες
Δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι	90 ημέρες

Πίνακας 10. 3: Ετήσιο κόστος παραγωγής (€)

Πρώτο έτος λειτουργίας	
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	1.824.150
Ανθρώπινο δυναμικό	220.100
Εργασίες συντήρησης κτηρίων και λοιπών έργων πολιτικού μηχανικού	2.500
Γενικά έξοδα	15.000
Έξοδα Μάρκετινγκ	90.050
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	Περίοδος χάριτος
Αποσβέσεις	43.040
Συνολικό κόστος	2.194.840

Με βάσει τους πίνακες 10.2 και 10.3 θα υπολογιστεί ο τελικός πίνακας για το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης:

Πίνακας 10. 4: Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Περιγραφή	Κόστος(€)	Αριθμός ημερών ελάχιστης κάλυψης	Συντελεστής κύκλου εργασιών	Ανάγκες πρώτου έτους (2021)/€
1. Τρέχον ενεργητικό				1.185.043
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	832.500	30	12	69.375
B. Αποθέματα				
Πρώτες ύλες	1.824.150	180	2	912.075
Υλικά συσκευασίας	5.000	90	4	1.250
Τελικά προϊόντα	832.500	60	6	138.750
Γ.Μετρητά στο ταμείο	1.526.250	15	24	63.593
2. Τρέχον παθητικό				456.038
A.Λογαριασμοί πληρωτέοι	1.824.150	90	4	456.038
3. Καθαρό κεφάλαιο κίνησης (1-2)				729.005
4. Συνολικό κόστος παραγωγής				2.194.840
Μείον: Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια				1.824.150
Αποσβέσεις				43.040

	327.650
5. Απαιτούμενα μετρητά	63.593

10.2.3 Συνολικό κόστος επένδυσης

Ύστερα από τον υπολογισμό του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, είναι δυνατή η εκτίμηση του συνολικού κόστους επένδυσης και παρουσιάζεται στον επόμενο πίνακα:

Πίνακας 10. 5: Συνολικό κόστος επένδυσης

Περιγραφή	Κόστος (€)
Πάγιο ενεργητικό	430.400
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	729.005
Σύνολο	1.159.405

10.3 Χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου

Όσον αφορά τη χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα γίνει με μετοχικό κεφάλαιο και δανεισμό από την τράπεζα. Έτσι, θα καλυφθεί το συνολικό κόστος επένδυσης.

Πίνακας 10. 6: Πηγές χρηματοδότησης

Περιγραφή	Κόστος(€)
Μετοχικό κεφάλαιο	489.000
Τραπεζικός δανεισμός	670.405
Σύνολο	1.159.405

Το 60% του συνολικού κόστους επένδυσης πηγάζει από τραπεζικό δανεισμό και το 40% από μετοχικό κεφάλαιο.

Με τον τύπο του ανατοκισμού θα υπολογιστεί η ετήσια δόση του δανείου που θα λάβει η επιχείρηση:

$$A = P (A/P, i\%, N)$$

Όπου: A= τιμή ράντας που ισούται με την ετήσια χρηματική δόση δανείου

P= παρούσα αξία χρήματος που ισούται με το ποσό δανείου

N= αριθμός περιόδων τοκισμού 5 έτη

I= επιτόκιο δανείου 10%

(A/P, i%, N) = συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου

$$\frac{I(1+i)^N}{[(1+i)^N-1]} =$$

Άρα, η ετήσια δόση του δανείου που θα λάβει η επιχείρηση είναι:

$$A = 670.405 * 0,31 = \mathbf{207.826\text{€}}$$

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται οι ετήσιες τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης:

Πίνακας 10. 7: Εξυπηρέτηση δανείου (2020-2024)

Έτος	Ετήσια δόση(€) A	Τόκος(€) T=10% * Y	Χρεολύσιο(€) X=A-T	Ανεξόφλητο υπόλοιπο κεφαλαίου(€) Y=κεφάλαιο - X
2020		Περίοδος χάριτος		670.405
2021	207.826	67.040,50	140.785,50	529.619,50
2022	207.826	52.961,95	154.864,05	374.755,45
2023	207.826	37.475,55	170.350,45	204.405
2024	207.826	20.440,50	187.385,50	17.019,50

10.4 Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής

10.4.1 Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής

Από τους σημαντικότερους υπολογισμούς που πρέπει να γίνουν είναι το συνολικό κόστος παραγωγής, το οποίο θα καθορίσει αν θα είναι κερδοφόρα η επιχείρηση και τη βιωσιμότητα της επένδυσης. Η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού κόστους παραγωγής της μονάδας παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10. 8: Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής (2021-2025) σε €

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023	2024
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	1.824.150	1.724.150	1.716.250	1.702.150	1.701.100
Ανθρώπινο δυναμικό	220.110	220.110	220.110	220.110	220.110
Εργασίες συντήρησης	2.500	2.600	2.705	2.800	2.900
Γενικά έξοδα	15.000	15.200	15.300	15.800	15.950
Έξοδα μάρκετινγκ	90.050	100.000	103.050	107.000	109.500
Χρηματοοικονομικά έξοδα(τόκοι)	Περίοδος χάριτος	67.040,50	52.961,95	37.475,55	20.440,50
Αποσβέσεις	43.040	43.040	43.040	43.040	43.040
Συνολικό κόστος παραγωγής	2.194.850	2.172.140,50	2.153.417	2.128.375,55	2.113.040,50

10.4.2 Υπολογισμός αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Ένας βασικός παράγοντας για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης είναι το καθαρό κεφάλαιο κίνησης, το οποίο θα υπολογιστεί παρακάτω στον πίνακα 10.10. Για να εκτιμηθεί το καθαρό κεφάλαιο κίνησης πρέπει αρχικά να υπολογιστούν οι απαιτήσεις της επιχείρησης σε αποθέματα. Ο πίνακας 10.9 παρουσιάζει τις ανάγκες σε αποθέματα για τα έτη 2021-2025.

Πίνακας 10. 9: Διαχρονικές απαιτήσεις σε αποθέματα (2021-2025) σε €

Αποθέματα	2021	2022	2023	2024	2025
Πρώτες ύλες	912.075	912.000	911.100	909.150	908.800
Υλικά συσκευασίας	1.250	1.250	1.250	1.250	1.250
Τελικά προϊόντα	138.750	137.650	136.100	135.150	134.850
Σύνολο	1.052.075	1.050.900	1.048.450	1.045.550	1.044.900

Πίνακας 10. 10: Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης (2021-2025)

Περιγραφή	Απαιτήσεις σε ευρώ				
	2021	2022	2023	2024	2025
1. Τρέχον ενεργητικό	1.185.043	1.183.064	1.180.191	1.174.291	1.170.816
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	69.375	69.155	68.916	66.541	64.166
B. Αποθέματα	1.052.075	1.050.900	1.048.450	1.045.550	1.044.900

Γ. Μετρητά στο ταμείο	63.593	63.009	62.825	62.200	61.750
2. Τρέχον παθητικό					
Α. Λογαριασμοί πληρωτέοι	456.038	455.150	453.037	452.370	451.520
3. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης(1-Α)					
	729.005	727.914	727.154	721.921	719.296
4. Συνολικό κόστος παραγωγής	2.194.850	2.172.140,50	2.153.417	2.128.375,55	2.113.040,50
Μείον πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	1.824.150	1.724.150	1.716.250	1.702.150	1.701.100
Αποσβέσεις –	43.040	43.040	43.040	43.040	43.040
Τόκοι	327.660	404.950,50	394.127	383.185,55	368.900,50
6. Απαιτούμενα μετρητά	63.593	63.009	62.825	62.200	61.750

10.5 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

10.5.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Η ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων θα οδηγήσει στην αποτελεσματικότερη αξιολόγηση της επένδυσης. Σύμφωνα με το Διεθνές Λογιστικό Πρότυπο «οι οικονομικές καταστάσεις είναι μια δομημένη οικονομική απεικόνιση με συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, της οικονομικής θέσης μιας επιχείρησης και των συναλλαγών που έχουν αναληφθεί από αυτή»²⁰. Οι λογιστικές καταστάσεις μπορεί να είναι κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης ή κατάσταση εκμετάλλευσης. Συγκεκριμένα θα αναλυθεί η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, η οποία συντάσσεται σε έναν πίνακα που παρουσιάζει το οικονομικό αποτέλεσμα της δραστηριότητας της επιχείρησης -που μπορεί να είναι κέρδος ή ζημιά, σε συγκεκριμένη περίοδο και προκύπτει από τη διαφορά εσόδων και εξόδων. Οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης του παρόντος επενδυτικού σχεδίου για τα έτη 2021-2025 παρουσιάζονται στον πίνακα 10.11:

Πίνακας 10. 11: Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης (2021-2025)

OliveGreen	2021	2022	2023	2024	2025
Πωλήσεις	2.500.000	2.530.000	2.710.000	2.770.000	2.830.000
Μείον Κόστος παραγωγής	2.194.850	2.172.140,50	2.153.417	2.128.375,55	2.113.040,50
Μικτό κέρδος	305.150	357.859,50	556.583	641.624,45	716.959,50
Μείον Φόρος εισοδήματος 20%	61.030	71.571,90	111.316,60	128.324,89	143.391,90

²⁰ <https://www.taxheaven.gr/ias>

Καθαρό κέρδος	244.120	286.287,60	445.266,40	513.299,56	573.567,60
---------------	---------	------------	------------	------------	------------

10.5.2 Πίνακας χρηματικών ροών

Στον πίνακα χρηματικών ροών φαίνονται οι αυξήσεις των κεφαλαίων και των αποθεματικών, τα προσωρινά ή τα μεταβλητά κεφάλαια της επιχείρησης, οι βραχυχρόνιες υποχρεώσεις, τα ομολογιακά και τραπεζικά δάνεια. Γενικότερα, οι χρηματικές ροές περιγράφουν τις μεταβολές των κεφαλαίων και βοηθούν στο χρηματοδοτικό προγραμματισμό της επένδυσης. Στον παρακάτω πίνακα αναλύονται οι χρηματικές ροές για τα έτη 2021-2025:

Πίνακας 10. 12: Προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ροών (2021-2025)

OliveGreen	Κατασκευαστική περίοδος	2021	2022	2023	2024	2025
A.	1.159.405	2.500.000	2.530.000	2.710.000	2.770.000	2.830.000
Χρηματικές εισροές						
Σύνολο χρηματικών πόρων(κεφάλαια χρηματοδότησης)	1.159.405	0	0	0	0	0
Έσοδα από πωλήσεις	0	2.500.000	2.530.000	2.710.000	2.770.000	2.830.000

Β.	430.400	930.1	1.240.0	1.347.6	1.394.1	1.435.1
Χρηματικές εκροές		48	78,94	71,16	22,71	74,94
Σύνολο	430.400	0	0	0	0	0
πάγιου ενεργητικο ύ						
Κόστος	0	832.5	831.852	828.159	826.987	825.852
λειτουργία ς		00				
Φόρος	0	61.03	71.571,	111.316	128.324	143.391
εισοδήματ ος 20%		0	90	,60	,89	,90
Εξυπηρέτη	0	0	207.826	207.826	207.826	207.826
ση χρεών (τοκοχρεολ ύσιο)						
Τακτικό	0	12.20	14.314	22.263	25.665	28.678
αποθεματι κό		6				
Μερίσματα	0	24.41	114.515	178.106	205.319	229.427
		2	,04	,56	,82	,04
Γ.	729.005	1.569.	1.289.9	1.362.3	1.375.8	1.394.8
Πλεόνασμ α (Α-Β)		852	21,06	28,84	77,29	25,06
Δ.	729.005	2.298.	3.588.7	4.951.1	6.326.9	7.721.8
Συσσωρευ μένο		857	78,06	06,90	84,19	09,25

**ταμειακό
υπόλοιπο**

Τακτικό αποθεματικό = Καθαρά κέρδη * 5%

Μερίσματα = 10% * Καθαρά κέρδη για το έτος 2021 και 40% * Καθαρά κέρδη
για τα έτη 2022-2025

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

10.5.3 Ισολογισμός

Μία οικονομική κατάσταση (μετά την Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης και τον Πίνακα Ταμειακών Ροών) που χρησιμοποιείται για να ελεγχθεί η οικονομική πορεία της επιχείρησης είναι ο ισολογισμός. Ο ισολογισμός δείχνει τον τρόπο με τον οποίο χρηματοδοτείται το ενεργητικό της επιχείρησης και προκύπτει από το άθροισμα του παθητικού συν την καθαρή θέση, όπως φαίνεται στο σχήμα που ακολουθεί. Ο πίνακας 10.13 παρουσιάζει τους προβλεπόμενους ισολογισμούς τέλους για τα έτη 2021-2025.

$$\text{Ενεργητικό} = \text{Παθητικό} + \text{Καθαρή Θέση}$$

Πίνακας 10. 13: Προβλεπόμενοι ισολογισμοί τέλους (2021-2025)

OliveGreen	2021	2022	2023	2024	2025
1.Ενεργητικό					
Α.Πάγιο ενεργητικό					
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Προπαραγωγικές δαπάνες	48.500				
Πάγιες επενδύσεις	381.90				
Πάγιο ενεργητικό αθροιστικά	430.40	387.360	344.320	301.280	258.240
ενεργητικό	0				

Μείον	43.040	43.040	43.040	43.040	43.040
συνολικές αποσβέσεις					
Σύνολο	387.360	344.320	301.280	258.240	215.200
B.					
Κυκλοφορούν ενεργητικό					
Αποθέματα	1.052.075	1.050.900	1.048.450	1.045.550	1.044.900
Πελάτες	69.375	69.155	68.916	66.541	64.166
Διαθέσιμα	63.593	63.009	62.825	62.200	61.750
Σύνολο	1.185.043	1.183.064	1.180.191	1.174.291	1.178.816
Ισοζύγιο Μετρητών	2.298.857	3.588.778,06	4.951.106,90	6.326.984,19	7.721.809,25
Σύνολο Ενεργητικού	3.871.260	5.116.162,06	6.432.577,90	7.759.515,19	9.115.825,25
2. Παθητικό					
A.					
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Προμηθευτές	456.038	455.150	453.037	452.370	451.520
Υποχρεώσεις φόρων και τελών	61.030	71.571,90	111.316,60	128.324,89	143.391,90

Μερίσματα	24.412	114.515,04	178.106,5 6	205.319,8 2	229.427,0 4
Β.					
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Τραπεζικό δάνειο	670.405	529.619,50	374.755,45	204.405	17.019,50
Κίνδυνοι	230.730	441.987	585.669	708.101	894.390
Σύνολο παθητικού	1.442.615	1.612.843,44	1.702.884,55	1.698.520,71	1.735.748,44
3.Καθαρή θέση					
Μετοχικό κεφάλαιο	489.000	489.000	489.000	489.000	489.000
Τακτικό αποθεματικό	12.206	14.314	22.263	25.665	28.678
Κέρδη εις νέο	1.927.439	3.000.000,62	4.218.430,35	5.546.329,48	6.862.398,81
Σύνολο καθαρής θέσης	2.428.645	3.503.318,62	4.729.693,35	6.060.994,48	7.380.076,81
Σύνολο παθητικού και καθαρής θέσης	3.871.260	5.116.162,06	6.432.577,90	7.759.515,19	9.115.825,25

10.6 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης

10.6.1 Μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης είναι η μέθοδος βάσει της οποίας υπολογίζονται τα έτη που χρειάζονται προκειμένου να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης. Ο αριθμός των ετών υπολογίζεται με τις Καθαρές Ταμειακές Ροές, οι οποίες προκύπτουν από το άθροισμα των ταμειακών εισροών και των ταμειακών εκροών. Οι ταμειακές εισροές είναι οι εισροές των μετρητών και των διαθέσιμων και οι ταμειακές εκροές είναι οι εκροές των μετρητών και των διαθέσιμων, εκτός από τους τόκους του δανείου. Στον πίνακα 10.14 υπολογίζονται τα καθαρά κέρδη και στον πίνακα 10.15 υπολογίζονται οι καθαρές ταμειακές ροές.

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

Ή

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

Πίνακας 10. 14: Υπολογισμός καθαρών κερδών(€)

Έτος	Πωλήσεις	Κόστος παραγωγής	Τόκοι	Κέρδη προ φόρων	Φόρος 20%	Καθαρά κέρδη
2021	2.500.000	2.194.850	-	305.150	61.030	244.120
2022	2.530.000	2.172.140,50	67.040,50	424.900	71.571,90	353.328,1
2022	2.710.000	2.153.417	52.961,95	609.544,95	111.316,60	498.228,35
2024	2.770.000	2.128.375,55	37.475,55	679.100	128.324,89	550.775,11
2025	2.830.000	2.113.040,50	20.440,50	737.400	143.391,90	594.008,1

Πίνακας 10. 15: Υπολογισμός καθαρών ταμειακών ροών

Έτος	Καθαρά κέρδη	Αποσβέσεις	Καθαρές Ταμειακές Ροές	Καθαρές Ταμειακές Ροές Αθροιστικά
2021	244.120	43.040	287.160	287.160
2022	353.328,1	43.040	396.368,1	683.528,1
2023	498.228,35	43.040	541.268,35	1.224.796,45
2024	550.775,11	43.040	593.815,11	1.818.611,56
2025	594.008,1	43.040	637.048,1	2.455.659,66

10.6.2 Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου

Ο απλός συντελεστής απόδοσης κεφαλαίου προκύπτει από το πηλίκο του ετήσιου καθαρού κέρδους της επιχείρησης προς το κεφάλαιο που έχει επενδυθεί. Συγκεκριμένα θα υπολογιστούν οι συντελεστές απόδοσης επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου και επί του επενδυόμενου μετοχικού κεφαλαίου με τους εξής τύπους:

$$R = (\text{Καθαρό κέρδος} + \text{Τόκοι}) * 100 / \text{Συνολικό κεφάλαιο}$$

$$Re = (\text{Καθαρό κέρδος}) * 100 / \text{Μετοχικό κεφάλαιο}$$

Στον πίνακα 10.16 υπολογίζονται τα καθαρά κέρδη μαζί με τους τόκους και στον πίνακα 10.17 υπολογίζονται οι συντελεστές απόδοσης κεφαλαίου:

Πίνακας 10. 16: Υπολογισμός καθαρών κερδών συν τόκους

	2021	2022	2023	2024	2025
Καθαρά κέρδη	244.120	353.328,1	498.228,35	550.775,11	594.008,1
Τόκοι	Περίοδος χάριτος	67.040,50	52.961,95	37.475,55	20.440,50
Σύνολο	244.120	420.368,6	604.152,25	588.250,66	614,448,60

Πίνακας 10. 17: Υπολογισμός συντελεστών απόδοσης κεφαλαίου

	2021	2022	2023	2024	2025
Καθαρά κέρδη	244.120	420.368,6	604.152,25	588.250,66	614,448,60
Κεφάλαιο	1.159.405	1.159.405	1.159.405	1.159.405	1.159.405
R	94,4752762	95,5152242	102,59822	104,813109	107,027999
Re	419,911111	424,533333	456,014889	465,859333	475,703778

10.6.3 Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας

Με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας οι καθαρές ταμειακές ροές θα εξοφληθούν στο παρόν και ο συντελεστής προεξόφλησης θα είναι η ελάχιστη αποδεκτή απόδοση ή το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου. Για τον υπολογισμό της χρησιμοποιείται ο κάτωθι τύπος:

$$ΚΠΑ = \sum_{i=1}^n (ΚΤΡ - ΚΕ) / (1+κ)^i$$

Όπου, ΚΠΑ= Καθαρά Παρούσα Αξία

κ= Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου

n= Αριθμός ετών αξιολόγησης

ΚΤΡ= Καθαρές Ταμειακές Ροές

ΚΕ= Κόστος Επένδυσης

Εάν η ΚΠΑ >0 τότε η επένδυση είναι αποδεκτή

Εάν η ΚΠΑ=0 τότε η επένδυση αξιολογείται κατά περίπτωση

Εάν η ΚΠΑ<0 τότε η επένδυση απορρίπτεται

Πίνακας 10. 18: Υπολογισμός παρούσας αξίας

Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ(10%,5)	Παρούσα Αξία
2021	287.160	0,62	178.039
2022	683.528,1	0,68	464.799
2023	1.224.796,45	0,75	918.597
2024	1.818.611,56	0,83	1.509.447
2025	2.455.659,66	0,91	2.234.650
Συνολική παρούσα αξία			5.305.532

Με βάση τα αποτελέσματα του πίνακα 10.18 προκύπτει η εξής εξίσωση:

$$\text{ΚΠΑ} = \text{ΠΑ} - \text{ΚΕ} = 5.305.532 \text{ €} - 1.159.405 \text{ €} = 4.146.127 \text{ €} > 0$$

Επομένως, η επένδυση για την ίδρυση μονάδας συσκευασίας ελαιόκαρπου είναι **αποδεκτή**.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

10.7 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση σε συνθήκες αβεβαιότητας

10.7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου

Με τον όρο νεκρό σημείο εννοείται το σημείο εκείνο όπου τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις είναι ίσα με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής και σε αυτή την περίπτωση η επιχείρηση βρίσκεται στο νεκρό σημείο. Η ανάλυση του νεκρού σημείου προσφέρει μία ευρύτερη γνώση για τη λειτουργία της επιχείρησης και την παραγωγική διαδικασία. Διακρίνουμε δύο είδη εξόδων που δημιουργούν το κόστος και είναι τα σταθερά και τα μεταβλητά. Τα έξοδα που παραμένουν αμετάβλητα και δεν επηρεάζονται από τις πωλήσεις ή από τη λειτουργία της επιχείρησης ονομάζονται σταθερά. Τα έξοδα που προκύπτουν ανάλογα με τον όγκο των πωλήσεων της επιχείρησης και μπορούν να ελεγχθούν από αυτή κατά κάποιο τρόπο ονομάζονται μεταβλητά. Όταν η επιχείρηση έχει πωλήσεις περισσότερες από ό, τι το νεκρό σημείο τότε παρουσιάζει κέρδος. Όταν η επιχείρηση έχει πωλήσεις χαμηλότερες από ό, τι το νεκρό σημείο τότε παρουσιάζει ζημιά.

Το νεκρό σημείο υπολογίζεται ως εξής:

$$\text{Έσοδα από πωλήσεις} = \text{Κόστος παραγωγής}$$

$$\text{Έσοδα από πωλήσεις} = \text{Ποσότητα πωλήσεων} * \text{Τιμή μονάδας προϊόντος}$$

$$\text{Κόστος παραγωγής} = \text{Σταθερά έξοδα} + (\text{Μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα} * \text{Ποσότητα πωλήσεων})$$

$$\text{Άρα, } TR = Q * P \text{ και } TC = FC + (VC*Q)$$

$$Q * P = FC + (VC*Q)$$

$$Q = FC / (P-VC)$$

Όπου, Q = Ποσότητα πωλήσεων

TR = Έσοδα από πωλήσεις

P = Τιμή ανά μονάδα

VC = Μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα

FC = Σταθερά έξοδα

Πίνακας 10. 19: Καταμερισμός σταθερών και μεταβλητών εξόδων

Περιγραφή	Σταθερά έξοδα(€)	Μεταβλητά έξοδα(€)	Μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα(€/τόνο)
Συνολικό κόστος μάρκετινγκ		90.050	180,1
Κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων		1.824.150	
Κόστος συντήρησης	2.500		
Γενικά έξοδα	15.000		

Κόστος ανθρώπινου δυναμικού	220.110		
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	Περίοδος χάριτος		
Αποσβέσεις	43.040		
Σύνολο	2.006.190	90.050	180,1

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 10.19, παρακάτω θα υπολογιστούν τα έσοδα από τις πωλήσεις στο νεκρό σημείο, λαμβάνοντας υπόψη ότι η μονάδα θα παράγει 820.000kg στο πρώτο έτος λειτουργίας της.

$$P = TR / Q = 2.500.000 / 820.000 = 3,048\text{€/kg}$$

$$Q = FC / (P - VC) = 2.006.190 / (180,1 - 3,048) = 11.331,077 \text{ kg}$$

$$TR = Q * P = 11.331,077 * 3,048 = 34.537,12\text{€}$$

10.8 Οικονομική αξιολόγηση – Επιδράσεις στην εθνική οικονομία

Η ελληνική οικονομία διανύει μία δύσκολη περίοδο, η οποία μπορεί να αντιμετωπιστεί με τη στήριξη της δημιουργίας επιχειρήσεων όπως είναι η «OliveGreen». Η εν λόγω επιχείρηση θα βοηθήσει την οικονομία της ευρύτερης περιοχής του νομού Λακωνίας αλλά και γενικότερα διότι θα προσλάβει το ανθρώπινο δυναμικό από τις περιοχές αυτές. Επομένως, θα ενισχυθεί η τοπική κοινωνία οικονομικά. Το προϊόν που θα επεξεργάζεται και θα συσκευάζει έχει μεγάλη αξία για τους αγοραστές, καθώς δε θα υστερεί σε τίποτα από άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά. Αντιθέτως, θα είναι ένα προϊόν που θα προέρχεται από έναν κατεξοχήν αγροτικό τόπο με αγάπη για τον ελαιόκαρπο. Οι αγοραστές θα μπορούν να ικανοποιούν την ανάγκη τους για ελαιόκαρπο με την αγορά αυτού του οικονομικού και ποιοτικού προϊόντος. Επίσης, κατά τη διάρκεια λειτουργίας του εργοστασίου, αλλά και κατά την κατασκευή του, δε θα δημιουργηθούν ζημιόγρονες επιπτώσεις στο περιβάλλον, καθώς θα ακολουθείται το Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος. Καταλήγοντας, οι ιδρυτές της επιχείρησης θα ωφεληθούν από τη δημιουργία της εταιρείας οικονομικά διότι όπως φαίνεται, θα είναι κερδοφόρα επένδυση. Συμπερασματικά, είναι μία επένδυση, η οποία είναι αποδεκτή και η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας απέδειξε ότι θα επιφέρει πολλές θετικές επιπτώσεις στην οικονομία.

Βιβλιογραφία

Αρτίκης Γ., Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Ανάλυση και Προγραμματισμός, Β Έκδοση, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2003

Γεωργόπουλος Ν., Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Μπένος, Αθήνα 2002

Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α., 2010, Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili

Καρβούνης Σ., Γεωργακέλλος Δ., 2010, Οδηγίες, Προβλήματα, Υποδείγματα για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδόσεις Σταμούλης

Καρβούνης Σ., Γεωργακέλλος Δ., Διαχείριση του περιβάλλοντος: Επιχειρήσεις και βιώσιμη ανάπτυξη, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2003

Καρβούνης Σ., Μεθοδολογία, Τεχνικές και θεωρία για οικονομοτεχνικές μελέτες, Εκδόσεις Σταμούλη

Μάλλιαρης Π., Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2012

Παπάς Α., Χρηματοοικονομική λογιστική, Β' Έκδοση, Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα 2006

Σιώμκος Γεώργιος, Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2013

Χυτήρης Λ., Οργανωσιακή συμπεριφορά, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2001

Χυτήρης Λ., Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2001

ICAP, Κλαδική Μελέτη: Ελαιόλαδο – Πυρηνέλαιο – Επιτραπέζιες ελιές, Αθήνα 2018

Richard, F 2002, «Το βιβλίο της Ελιάς», Εκδόσεις: Ψύχαλος.

Διαδίκτυο

- <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/elialadi/1788-epitrapezia-elia>
- <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/elialadi/1774-nomothesia-elia-ladi>
- <http://www.internationaloliveoil.org/>
- <https://eleourgiki.com/usefulinfo/health-nourishment/olive.html>
- <https://www.agrovim.gr/>
- <http://www.lelia.gr/>
- <http://www.karpea.gr/el/>
- <https://gaea.gr/el/#/>
- <https://www.tripsas.gr/>
- <http://www.olympia-oliveoil.com/el>
- <https://www.olivegrove.gr/>
- <https://www.ilida.gr/>
- <https://www.diogenisolives.gr/>
- <https://www.konstolymp.gr/>
- <http://www.intercomm.gr/>
- https://olivetreeroute.gr/wp-content/uploads/Studies_Publications_017b.pdf
- http://www.statistics.gr/el/statistics?p_p_id=documents_WAR_publicationsportlet
- <http://www.agrotikianaptixi.gr/el>
- <http://www.fao.org/>
- <http://sevitel.gr/%cf%80%ce%bf%cf%80---%cf%80%ce%b3%ce%b5.html>
- <https://daster.gr/%CF%8C%CE%BB%CE%B5%CF%82-%CE%BF%CE%B9-%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%B9%CE%AC%CF%82/>
- <https://www.pemete.gr/>
- <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/el/sheet/109/el-primer-pilar-de-la-politica-agricola-comun-pac-ii-los-pagos-directos-a-las-ex>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex%3A22016A1028%2801%29>
- <https://m.naftemporiki.gr/story/1414520>

- <http://www.agrotikianaptixi.gr/el>
- <http://www.ellindorcompany.com/el/elia-kai-elaiolado/mithos-kai-istoria/>
- <https://plan.gr/business-plans>
- <https://ergopack.gr/%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1/>
- http://www.geopack.gr/site/machinery_details.php?id=108
- <https://bioter.gr>
- http://ermis.acci.gr/green/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=87&lang=e
- <https://www.taxheaven.gr/ias>
- www.google.gr/maps
- www.elstat.gr
- Epir_elia_ellada.pdf
- Pd221_1979_elies.pdf
- ΚΩΔΙΚΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & Ποτών.pdf

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΕΛΟΣ