



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ
ΣΤΕΛΕΧΗ (EXECUTIVE MBA)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ
ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ ΑΘΑ. ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΙΟΥΝΙΟΣ, 2021

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



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

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

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

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη : Ε-MBA» με τίτλο
«Μελέτη Σκοπιμότητας για την Ίδρυση Μερισσοκομικής
Επιχείρησης»
έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο..... Αποστολοπούλου Παναγιώτα

Ημερομηνία..... 3/6/2021

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

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω στο Ίδρυμα Ωνάση, που με την υποτροφία που μου χορήγησε, αποτέλεσε βασικός αρωγός για την διεκπεραίωση των σπουδών μου.

Στη συνέχεια, ευχαριστώ θερμά τον καθηγητή κ. Γεωργακέλλο Δημήτριο , ο οποίος ανέλαβε την επίβλεψη της διπλωματικής εργασίας μου και με την υποστήριξή του κατάφερα με επιτυχία να την ολοκληρώσω.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς τους γονείς μου και τον σύζυγό μου για τη βοήθεια και την ενθάρρυνση καθ' όλη την διάρκεια του μεταπτυχιακού μου και ιδιαίτερα της διπλωματικής εργασίας μου.

Τέλος, ευχαριστίες θα ήθελα να εκφράσω και σ' όλους εκείνους που συνέβαλαν άμεσα και έμμεσα στην ολοκλήρωση των σπουδών μου, καθ' όλη την περίοδο φοίτησης στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών Executive MBA.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	Σύνοψη της Προμελέτης Σκοπιμότητας.....	1
2.	Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος.....	3
2.1	Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου.....	3
2.1.1	Εισαγωγή.....	3
2.1.2	Ταυτότητα του επενδυτικού σχεδίου.....	3
2.1.3	Σύντομη περιγραφή του επενδυτικού σχεδίου.....	5
2.1.4	Σκοπιμότητα του επενδυτικού σχεδίου.....	9
2.1.5	Οικονομικές και κλαδικές πολιτικές σχετικές με το επενδυτικό σχέδιο.....	10
2.1.6	Αναμενόμενες επιπτώσεις για τους παραγωγούς του πρωτογενούς προϊόντος 11	
2.2	Ίδρυτές του επενδυτικού σχεδίου.....	12
2.3	Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου και μελέτη σκοπιμότητας.....	13
2.4	Κόστος εκπόνησης της μελέτης και των σχετικών ερευνών.....	13
3.	Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ.....	15
3.1	Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ.....	15
3.1.1	Ανάλυση του Κλάδου και Ορισμός της αγοράς.....	16
3.1.2	Δομή της αγοράς.....	18
3.1.3	Προϊόντα.....	19
3.1.4	Πελάτες.....	20
3.1.5	Ανταγωνιστές.....	20
3.1.6	Δίαυλοι Διανομής.....	21
3.2	Ανάλυση της εγχώριας αγοράς.....	22
3.2.1	Μελισσοκομικό κεφάλαιο.....	22
3.2.2	Εγχώρια παραγωγή μελιού.....	25
3.2.3	Εξωτερικό εμπόριο μελιού.....	27
3.2.3.1	Εισαγωγές Μελιού – Χώρες Προέλευσης (2016).....	29
3.2.3.2	Εξαγωγές Μελιού (2016).....	30
3.2.4	Εγχώρια κατανάλωση μελιού.....	31
3.2.5	Εγχώριες πωλήσεις τυποποιημένου μελιού.....	32
3.3	Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.....	33
3.3.1	Γενικές πληροφορίες για τους κύριους ανταγωνιστές.....	33
3.3.2	Ανάλυση της δομής του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.....	35
3.4	Προσδιοριστικοί παράγοντες μελλοντικής ζήτησης.....	39
3.4.1	Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης.....	39

3.5	Το σχέδιο μάρκετινγκ	40
3.5.1	Ανάλυση της στρατηγικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ	41
3.5.2	Ανάλυση της λειτουργικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ	42
4.	Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	46
4.1	Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών	46
4.1.1	Βοηθητικές ύλες	49
4.1.2	Εφόδια της παραγωγικής μονάδας	50
4.2	Περιγραφή δεδομένων επιλογής πρώτων υλών και εφοδίων	51
4.3	Διαθεσιμότητα και προμήθεια	52
4.3.1	Απαιτούμενες ποσότητες εισροών	52
4.3.2	Διαθεσιμότητα υλικών	53
4.4	Πρόγραμμα προμηθειών	54
4.4.1	Μάρκετινγκ προμηθειών	54
4.4.2	Πρόγραμμα προμηθειών	54
4.5	Υπολογισμός του κόστους βοηθητικών υλών και άλλων εφοδίων	55
Παρακάτω παρατίθεται ένας πίνακας προϋπολογισμού των βοηθητικών υλών και εφοδίων για την οκταετία.		56
5.	Μηχανολογικά και Τεχνολογία	57
5.1	Ανάλυση της παραγωγικής διαδικασίας	57
5.1.1	Επεξεργασία και αποθήκευση του μελιού	58
5.1.2	Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμού	58
5.2	Χωρομετρικά και μηχανολογικά σχέδια της μονάδας	74
6.	Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα	75
6.1	Οργάνωση και διαχείριση μονάδας	75
6.1.1	Οργανωσιακές λειτουργίες	75
6.1.2	Οργανωσιακή δομή	76
6.2	Τμήμα Παραγωγής	78
6.3	Τμήμα Μάρκετινγκ	79
6.4	Οικονομικό Τμήμα	81
6.5	Γενικά έξοδα	82
7.	Ανθρώπινοι Πόροι	85
7.1	Κατηγορίες και λειτουργίες ανθρώπινων πόρων	85
7.1.1	Διευθυντικά στελέχη	86
7.1.2	Ειδικευμένοι εργάτες παραγωγής	86
7.2	Εργασιακό περιβάλλον και εργατικό δίκαιο	86
7.3	Ανάγκες του επενδυτικού σχεδίου σε ανθρώπινο δυναμικό	87
7.4	Διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού	89

7.5	Προγραμματισμός πρόσληψης προσωπικού	89
7.6	Εκτιμήσεις Κόστους εργασίας.....	90
7.7	Έννοια του προγραμματισμού εκτέλεσης έργου	92
7.8	Διαχείριση αρμοδιοτήτων.....	93
8.	Στάδια Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου.....	96
8.1	Αναλυτική παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου.....	96
8.2	Χρονικός προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	99
8.3	Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος	100
9.	Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	101
9.1	Στόχοι χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης	101
9.2	Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης	101
9.2.1	Πάγιο Ενεργητικό και Λοιπά έξοδα.....	102
9.3	Δανειοδότηση του επενδυτικού σχεδίου	107
9.4	Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής.....	109
9.4.1	Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής.....	109
9.5	Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων	110
9.6	Χρηματοοικονομική αξιολόγηση επένδυσης	120
9.7	Η Μέθοδος της περιόδου επανείσπραξης.....	120
9.7.1	Η Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας.....	122
9.8	Χρηματοοικονομική αξιολόγηση σε συνθήκες αβεβαιότητας	124
9.8.1	Ανάλυση νεκρού σημείου	125
9.9	Οικονομική αξιολόγηση – επιδράσεις στην εθνική οικονομία	129
	Βιβλιογραφία.....	132
	Πηγές.....	133
	Δικτυακές σελίδες & τόποι.....	134

1. Σύνοψη της Προμελέτης Σκοπιμότητας

Στην παρούσα προμελέτη θα προβούμε αρχικά σε μια ανάλυση του επενδυτικού σχεδίου καθώς και των διαφόρων κατηγοριών στις οποίες διακρίνεται το μέλι, θα συνεχίσουμε με την νομική μορφή της εταιρείας και το αντικείμενο δραστηριότητας της, που θα είναι η βιολογική παραγωγή μελιού, η τυποποίηση, η συσκευασία καθώς και η διακίνηση και εμπορία του. Η μοναδική ιδιοκτήτρια της εταιρείας θα είναι η Παναγιώτα Αποστολοπούλου η οποία θα κατέχει τον πλήρη έλεγχο της μονάδας.

Επιπλέον, θα ακολουθήσει η ανάλυση της αγοράς και του μάρκετινγκ της επιχείρησης καθώς και μια ανάλυση του κλάδου που αφορά την εγχώρια αλλά και την ευρωπαϊκή αγορά. Είναι πολύ χρήσιμο να γίνει κατανοητός ο κλάδος, να ανιχνευθούν οι ευκαιρίες που μπορεί να υπάρχουν στην αγορά καθώς και η ζήτηση που αφορά το μέλι. Επίσης, θα παρουσιαστούν οι μεγάλοι ανταγωνιστές του κλάδου καθώς και το σχέδιο μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η επιχείρηση.

Στο Κεφάλαιο 4 θα περιγράψουν λεπτομερώς οι πρώτες και οι βοηθητικές ύλες και τα εφόδια που θα χρειαστούν για την λειτουργία του οργανισμού καθώς και τα κόστη αυτών. Στο Κεφάλαιο 5 θα αναλυθεί διεξοδικά ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιήσει η εταιρεία και θα συμβάλει στην παραγωγή του μελιού καθώς επίσης και τα βιολογικά πάγια στοιχεία, όπως είναι οι κυψέλες, οι παραφυάδες, οι βασίλισσες κ.λ.π.

Στο Κεφάλαιο 6 θα αναλυθεί η οργανωτική δομή της επιχείρησης και τα τμήματα που θα την απαρτίζουν, όπως το τμήμα διοίκησης, το τμήμα παραγωγής, το τμήμα μάρκετινγκ και το οικονομικό τμήμα. Στη συνέχεια είναι σημαντικό να περιγράψουν οι ανθρώπινοι πόροι, τα δικαιώματα των εργαζομένων καθώς και η ανάλυση των καθηκόντων για κάθε έναν από αυτούς.

Στο Κεφάλαιο 8 θα περιγραφεί ο συντονισμός του επενδυτικού έργου και οι διαδικασίες που θα ακολουθηθούν. Στο τελευταίο κεφάλαιο αναλύονται τα οικονομικά στοιχεία. Πιο συγκεκριμένα θα καταγραφούν όλα τα οικονομικά δεδομένα που έχουν αναφερθεί στις προηγούμενες ενότητες, θα γίνει ο Ισολογισμός και η Κατάσταση Αποτελεσμάτων για μια

οκταετή περίοδο, έτσι ώστε να διαπιστωθεί η βιωσιμότητα της και να διεξαχθεί η μακροχρόνια αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου.

2. Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος

2.1 Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου

2.1.1 Εισαγωγή

Η εκπόνηση της παρούσας μελέτης αποσκοπεί στην έρευνα, τη μελέτη, το σχεδιασμό και προγραμματισμό έτσι ώστε να καταλήξουμε σε κάποιο συμπέρασμα για την ανάληψη της επιχειρηματικής απόφασης που αφορά την ίδρυση μελισσοκομικής επιχείρησης στο νομό Αιτωλοακαρνανίας.

Η ιδέα για τη δημιουργία της μελισσοκομικής επιχείρησης βασίζεται στο γεγονός ότι υπάρχει αγορά, υπάρχουν αγοραστές και μάλιστα σε αρκετό αριθμό. Οπότε, η μελλοντική επιχείρηση αποσκοπεί στην είσοδο σε μια υπάρχουσα αγορά διεκδικώντας μερίδιο από εκείνους που ήδη έχουν. Η ιδέα δεν είναι καινοτόμος, ωστόσο στόχος είναι η παραγωγή του προϊόντος σε υψηλότερη ποιότητα σε σχέση με τους ανταγωνιστές (Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σ. Καρβούνης, 2016).

2.1.2 Ταυτότητα του επενδυτικού σχεδίου

Για να επιλεγθεί η πιο κατάλληλη νομική μορφή που θα λάβει ένας οικονομικός οργανισμός, εξετάζονται διάφοροι παράγοντες, όπως είναι η φύση των δραστηριοτήτων, ο αριθμός των ιδιοκτητών, το ύψος των απαιτούμενων κεφαλαίων και το μέγεθος του επιχειρηματικού κινδύνου (Χρηματοοικονομική Λογιστική, Π. Ευθυμόγλου, 2001).

Η νομική μορφή που πρόκειται να λάβει η εν λόγω οικονομική μονάδα είναι αυτή της ατομικής επιχείρησης καθώς ο ιδιοκτήτης είναι μόνο ένα άτομο, ο επιχειρηματίας.

Ο επιχειρηματίας, ως μοναδικός ιδιοκτήτης της επιχείρησης, έχει όλα τα κέρδη και υφίσταται όλες τις ζημιές από τη λειτουργία της καθώς επίσης ευθύνεται και για όλες τις υποχρεώσεις με το σύνολο της περιουσίας του.

Τα πλεονεκτήματα της νομικής μορφής της ατομικής επιχείρησης είναι τα εξής:

- Ιδρύεται εύκολα και χωρίς πολλές νομικές διατυπώσεις.
- Ένα άτομο, ο επιχειρηματίας είναι εκείνος που λαμβάνει όλες τις αποφάσεις.
- Ο επιχειρηματίας ελέγχει το σύνολο της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Λαμβάνει όλα τα κέρδη της επιχείρησης.

Από την άλλη πλευρά, τα μειονεκτήματα που χαρακτηρίζουν την μορφή της ατομικής επιχείρησης είναι τα εξής:

- Ενδέχεται ένα άτομο να μην διαθέτει το σύνολο των απαιτούμενων κεφαλαίων και να μην μπορεί να δανειστεί τα αναγκαία κεφάλαια.
- Ο επιχειρηματίας υφίσταται εξολοκλήρου τις ζημιές της επιχείρησης.
- Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να διαθέτει τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες που απαιτούνται για τη λειτουργία της επιχείρησης, εκτός κι αν έχει την δυνατότητα να προσλάβει κατάλληλο διοικητικό στέλεχος.
- Ο επιχειρηματίας έχει την ευθύνη για τα χρέη της επιχείρησης με το σύνολο της προσωπικής του περιουσίας, με αποτέλεσμα στη περίπτωση που δεν θα μπορεί να τα εξοφλήσει, να πτωχεύσει.
- Ο επιχειρηματίας είναι υπεύθυνος για την πληρωμή των φόρων για τα κέρδη της επιχείρησής του.

Παρά το γεγονός ότι τα μειονεκτήματα είναι περισσότερα από τα πλεονεκτήματα, αυτά έχουν εξεταστεί αναλύοντας τους διάφορους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από τα μειονεκτήματα και ως αποτέλεσμα προκύπτει, ότι συμφέρει να προχωρήσουμε με αυτή τη μορφή επιχείρησης.

2.1.3 Σύντομη περιγραφή του επενδυτικού σχεδίου

Ο σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η εύρεση όλων των αναγκαίων στοιχείων και εναλλακτικών λύσεων προκειμένου να εξεταστεί η επενδυτική απόφαση για την ίδρυση μελισσοκομικής επιχείρησης που θα ασχολείται με την βιολογική παραγωγή μελιού, την τυποποίηση, συσκευασία καθώς και τη διακίνηση κ εμπορία του.

Τα τελευταία χρόνια το μέγεθος της εγχώριας αγοράς μελιού δείχνει να αναπτύσσεται με αυξανόμενους ρυθμούς. Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη (Stochasis, Κλαδικές Στοχεύσεις, *Μελισσοκομία – Μέλι*, Οκτώβριος 2017) πάνω στην οποία στηρίχτηκε το μεγαλύτερο μέρος της παρούσας εργασίας, οι βασικοί παράγοντες ζήτησης για μέλι είναι οι οικονομικές συνθήκες, οι διατροφικές συνήθειες, η τουριστική κίνηση και οι δημογραφικές μεταβολές. Ωστόσο, το μέλι αποτελεί βασικό στοιχείο της παραδοσιακής διατροφής των Ελλήνων και θεωρείται φυσικό προϊόν με ευεργετικές ιδιότητες για τον ανθρώπινο οργανισμό. Επιπλέον, οι εξαγωγικές επιδόσεις των επιχειρήσεων διαμορφώνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα σε σχέση με το ύψος της παραγωγής πράγμα που προσδίδει προοπτικές στις επιχειρήσεις του κλάδου.

Η βασική ιδέα προήλθε από την ανάγκη της σύγχρονης κοινωνίας για κατανάλωση φυσικών, ποιοτικών προϊόντων, γι' αυτό και η επιχείρηση θα ασχοληθεί με την βιολογική παραγωγή.

Όλα ξεκινούν από την παραγωγή του μελιού. Ωστόσο, όπως θα δούμε και παρακάτω, η ενασχόληση με την παραγωγή μελιού δεν σου αποφέρει μόνο το μέλι ως παραγόμενο προϊόν, αλλά και μια σειρά από άλλα μελισσοκομικά προϊόντα, εξίσου πολύτιμα. Προκειμένου λοιπόν να γίνει ορθολογική και οικονομική η παραγωγή, προτείνεται στο μέλλον να αξιοποιηθούν όλα τα προϊόντα της κυψέλης. Ωστόσο, στη συγκεκριμένη μελέτη δεν θα ασχοληθούμε με την αξιοποίηση και των υπόλοιπων προϊόντων που θα παράγονται μεταγενέστερα, γιατί είναι κάτι που θα αφορά το μέλλον και ίσως να πραγματοποιηθεί αν η επιχείρηση εδραιωθεί στην αγορά και καταφέρει να πετύχει τους στόχους της.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα προϊόντα που θα παράγει η επιχείρηση (Stochasis, Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017). Επίσης, θα γίνει και μια αναφορά σε αυτά που θα παραχθούν σε μεταγενέστερο χρόνο:

Μέλι: σύμφωνα με την Κοινοτική Νομοθεσία (Οδηγία 2001/110/ΕΚ του Συμβουλίου), «μέλι είναι η φυσική γλυκιά ουσία που παράγουν οι μέλισσες του είδους *Apis mellifera* από το νέκταρ των φυτών ή από εκκρίσεις ζώντων μερών φυτών ή εκκρίματα εντόμων απομυζούντων φυτά ευρισκόμενα πάνω στα ζώντα μέρη των φυτών, τα οποία οι μέλισσες συλλέγουν, μετατρέπουν αναμειγνύοντας με ειδικές ύλες του σώματός τους, αποθέτουν, αφυδατώνουν, εναποθηκεύουν και φυλάσσουν στις κηρήθρες της κυψέλης, προκειμένου να ωριμάσουν».

Το μέλι που παράγεται διακρίνεται σε δύο βασικές κατηγορίες που σχετίζονται με την προέλευσή του:

- Το μέλι ανθέων ή νέκταρος, που παράγεται από το νέκταρ των φυτών (θυμαριού, πορτοκαλιάς, βαμβακιού, ηλιάνθου, ερείκης), και
- Το μέλι μελιτώματος, που παράγεται από εκκρίματα εντόμων (κοκκοειδών) που απομυζούν φυτά. Στην κατηγορία αυτή ανήκει το μέλι του πεύκου, της ελάτης, της καστανιάς και άλλων δασικών φυτών.

Το μέλι, ωστόσο, ανάλογα με τον τρόπο που παράγεται, διακρίνεται επίσης στις εξής κατηγορίες:

- Μέλι κηρήθρας: είναι το μέλι που έχουν εναποθέσει οι μέλισσες στα επικαλυμμένα κελιά κηρηθρών κατασκευασμένων πρόσφατα από τις ίδιες ή σε λεπτά φύλλα κηρήθρας τα οποία γίνονται μόνον από κηρό.
- Μέλι με τεμάχια κηρήθρας ή τεμάχια κηρήθρας με μέλι: είναι το μέλι που περιέχει ένα ή περισσότερα τεμάχια μελιού κηρήθρας.
- Μέλι στραγγισμένο: είναι το μέλι που λαμβάνεται με στράγγιση των αποσφραγισμένων κηρηθρών που δεν περιέχουν γόνο.
- Μέλι φυγοκεντρήσεως: είναι το μέλι που λαμβάνεται με φυγοκέντρηση των αποσφραγισμένων κηρηθρών που δεν περιέχουν γόνο.

- **Μέλι πίεσεως:** είναι το μέλι που λαμβάνεται με πίεση των κηρηθρών που δεν περιέχουν γόνο, χωρίς θέρμανση ή σε ήπια θέρμανση έως 45° C.
- **Διηθημένο μέλι:** είναι το μέλι που λαμβάνεται με την αφαίρεση ξένων ανόργανων ή οργανικών ουσιών κατά τρόπον ώστε να αφαιρείται σημαντικό μέρος της γύρης.

Γύρη: είναι το προϊόν που παράγουν οι μέλισσες από διάφορα λουλούδια. Είναι η πλουσιότερη φυσική τροφή σε πρωτεΐνες, βιταμίνες, απαραίτητα αμινοξέα, ορμόνες, ένζυμα και άλλα χρήσιμα συστατικά, μεγάλης βιολογικής αξίας για τη μέλισσα, αλλά και για τον ανθρώπινο οργανισμό.

Βασιλικός Πολτός: Είναι μια κρεμώδης ουσία που εκκρίνεται από τους υποφαρυγγικούς αδένες των νεαρών εργατριών μελισσών. Ονομάζεται και «γάλα των μελισσών» επειδή προορίζεται για τη διατροφή όλων των ατελών σταδίων της μέλισσας. Οι προνύμφες που προορίζονται να γίνουν βασίλισσες, καθώς επίσης και οι ενήλικες βασίλισσες, τρέφονται αποκλειστικά με μεγάλη ποσότητα από την τροφή αυτή, έτσι λοιπόν προκύπτει και η ονομασία «βασιλικός πολτός» στον οποίο βρίσκεται ο καθοριστικός παράγοντας που μετατρέπει τη μέλισσα από εργάτρια σε βασίλισσα.

Πρόπολη: Η πρόπολη προκύπτει από τις ουσίες που συλλέγουν οι μέλισσες από διάφορα φυτά, τις οποίες εμπλουτίζουν με κερί, γύρη, ένζυμα και άλλα στοιχεία. Έτσι γεννάται λοιπόν αυτή η ρητινώδης κολλητική ουσία, την οποία τελικά χρησιμοποιούν για τη στεγανοποίηση και απολύμανση του εσωτερικού της φωλιάς τους.

Κερί: Το κερί παράγεται από τους κηρογόνους αδένες της μέλισσας και χρησιμοποιείται για να κατασκευαστούν οι κηρήθρες, ύστερα από ζύμωση και ανάμιξη με τις εκκρίσεις των σιελογόνων αδένων.

Δηλητήριο της μέλισσας: Το δηλητήριο της μέλισσας είναι το όπλο εναντίον των εχθρών της. Αποτελεί ένα πολύπλοκο μίγμα χημικών ουσιών που επηρεάζει τη φυσιολογία ενός οργανισμού.

Τα πλεονεκτήματα του μελιού και των υπόλοιπων παραγώγων της μέλισσας, θα αναλυθούν στο Κεφάλαιο 3 «Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ».

Εκτός όμως από την παραγωγή του μελιού και των υπόλοιπων παραγώγων, η επιχείρηση θα ασχοληθεί και με την επεξεργασία, την τυποποίηση τους, με τη συσκευασία τους καθώς και με την εμπορία τους.

Το μέλι που θα παράγεται, θα είναι μέλι ανθέων και μέλι μελιτώματος, αφού τα φυτά που ευδοκούν στην περιοχή παραγωγής είναι τα έλατα και μελισσοκομικό φυτό ρείκι (μέλι ερείκης και μέλι ελάτης). Το αποτέλεσμα της παραγωγής θα είναι ένα προϊόν υψηλής βιολογικής αξίας και άριστης ποιότητας, αφού η περιοχή παραγωγής είναι ένας τόπος αγνός, απαλλαγμένος από ανθρώπινη δραστηριότητα, με αυτοφυή βλάστηση και καθαρή ατμόσφαιρα. Επομένως, δεν υπάρχουν τριγύρω συμβατικές καλλιέργειες που σημαίνει πως το παραγόμενο προϊόν θα είναι τελείως φυσικό. Στη συνέχεια, το μέλι θα τυποποιείται, θα επεξεργάζεται και θα συσκευάζεται σε δοχεία διαφόρων μεγεθών (500 gr και 1000 gr).

Η «Λύτρας Μελισσοκομική» φιλοδοξεί να εκκινήσει τις δραστηριότητες της από την 1.1.2021. Δεδομένου του ύψους της επένδυσης, η ημερομηνία αυτή κρίνεται ρεαλιστική. Η επένδυση αφορά μια μικρή μονάδα παραγωγής, επεξεργασίας, τυποποίησης και εμπορίας μελιού, οπότε μέσα στο χρονικό αυτό διάστημα θα μπορέσει η επένδυση να έχει ολοκληρωθεί.

Οι στόχοι της επιχείρησης καθώς και η προτεινόμενη βασική στρατηγική του σχεδίου περιλαμβάνουν:

- Την ικανοποίηση του πελάτη
- Μελλοντικά την εκμετάλλευση όλων των προϊόντων που παράγει η μέλισσα.
- Κατάκτηση τοπικής, εθνικής και διεθνούς αγοράς

Η περιοχή παραγωγής μελιού θα είναι στο Πατιόπουλο Αιτωλοακαρνανίας, το οποίο είναι ένα ορεινό χωριό σε υψόμετρο 530 μέτρων. Στον τόπο αυτό υπάρχει ιδιόκτητη κατοικία για την διευκόλυνση των επισκέψεων στα σημεία που θα τοποθετηθούν τα μελίσσια.

Η διαφοροποίηση θα βρίσκεται αρχικά στην άριστη ποιότητα που έχει το συγκεκριμένο μέλι, διότι θα είναι βιολογικό και ιδιαίτερα τα πρώτα χρόνια παραγωγής θα πωλείται από τον ιδιοκτήτη σε αρκετά χαμηλή τιμή, ώστε να προσελκύσει αρκετούς πελάτες και να γίνει γνωστό το προϊόν στην αγορά.

2.1.4 Σκοπιμότητα του επενδυτικού σχεδίου

Στόχος του παρόντος επενδυτικού σχεδίου είναι η βιολογική παραγωγή μελιού, η τυποποίηση, η επεξεργασία, η συσκευασία και η εμπορία του μέσα από τη δημιουργία μιας πρότυπης μονάδας, η οποία θα έχει ως στόχο την άμεση σχέση της με τον καταναλωτή και θα συμβάλει έστω και λίγο με την παρουσία της στην οικολογική ισορροπία.

Το παρόν επενδυτικό σχέδιο προσβλέπει στην γενική οικονομική ανάπτυξη της χώρας αλλά και στην κλαδική και υποκλαδική ανάπτυξη, καλύπτοντας την τελική αλλά και την ενδιάμεση ζήτηση (συντελεστών παραγωγής) καθώς και στην προώθηση των εξαγωγών.

Η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου θα συμβάλλει ουσιαστικά στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων της ελληνικής μελισσοκομίας, αφού στοχεύει στα εξής:

- 1) Στη σύγχρονη παραγωγική διαδικασία και στην προώθηση των προϊόντων στην εγχώρια αλλά και διεθνή αγορά ακολουθώντας τις τάσεις της αγοράς.
- 2) Στη δημιουργία σύγχρονου τυποποιητηρίου, που θα μπορεί να εξυπηρετεί και άλλους παραγωγούς, παρέχοντας υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.
- 3) Στην ανεύρεση καλύτερων αγορών που θα αποφέρουν υψηλά κέρδη (συνεργασία με delicatessen σε χώρες που υπάρχει υψηλή ζήτηση για ποιοτικό μέλι).
- 4) Στην παραγωγή υψηλής ποιότητας προϊόντων που θα συμβάλλουν στην αύξηση του ανταγωνισμού και στη λογική της συνεχούς βελτίωσης από την πλευρά των παραγωγών με αποτέλεσμα την δημιουργία καλύτερης εικόνας της ελληνικής αγοράς στο διεθνές περιβάλλον.

2.1.5 Οικονομικές και κλαδικές πολιτικές σχετικές με το επενδυτικό σχέδιο

Οι Οικονομικές και κλαδικές πολιτικές σχετικές με το επενδυτικό σχέδιο είναι οι εξής:

1) Εθνικό πρόγραμμα βελτίωσης της παραγωγής και εμπορίας του μελιού, στα πλαίσια του Καν.1221/97 του Συμβουλίου, όπως τροποποιήθηκε από τον Καν(ΕΚ)797/2004 του Συμβουλίου και ισχύει για το πρόγραμμα του έτους 2005 και μετά.

Στα πλαίσια του εν λόγω Κανονισμού προβλέπονται ενέργειες που αποσκοπούν:

- Στην πληροφόρηση και τεχνική στήριξη των μελισσοκόμων και των ομάδων μελισσοκόμων
- Στην καταπολέμηση της βαρρόα
- Στον εξορθολογισμό της νομαδικής μελισσοκομίας
- Στη στήριξη των εργαστηρίων ανάλυσης των φυσικών και χημικών χαρακτηριστικών του μελιού που αφορούν στην ποιοτική βελτίωση του μελιού και των λοιπών προϊόντων της κυψέλης.
- Στην σύσταση του μελισσοκομικού κεφαλαίου, με ενίσχυση της παραγωγής βελτιωμένων βασιλισσών, αυτοχθόνων φυλών.

2) Νέοι Αγρότες (Γ΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006 ΚΥΑ αριθμ. 2342/262439/23-03-2005). Στο πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνονται οι ακόλουθες δράσεις.

α) Η οικονομική ενίσχυση (πριμοδότηση) της πρώτης εγκατάστασης νέων αγροτών, υπό τη μορφή άμεσης επιχορήγησης.

β) Η χορήγηση χαμηλότοκου δανείου για την αντιμετώπιση των δαπανών που ενδεχομένως προκύψουν κατά την πρώτη εγκατάσταση, για την κανονική λειτουργία της εκμετάλλευσης και κυρίως για την προσαρμογή της εκμετάλλευσης στα κριτήρια της οικονομικής βιωσιμότητας, της προστασίας του περιβάλλοντος, της υγιεινής και καλής διαβίωσης των ζώων, κλπ.

3) Σχέδια Βελτίωσης (Γ΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006 Απόφαση αριθμ.532/2003)

Δικαιούχοι υποβολής σχεδίων βελτίωσης είναι οι μελισσοκόμοι (φυσικά πρόσωπα) αλλά και νομικά πρόσωπα (με κύρια δραστηριότητα την άσκηση της μελισσοκομίας), καθώς και συνεργαζόμενες εκμεταλλεύσεις.

Ενδεικτικά, επενδύσεις που μπορούν να ενισχυθούν στα πλαίσια ενός Σχεδίου Βελτίωσης είναι:

- ❖ Αύξηση του ζωικού τους κεφαλαίου.
- ❖ Κατασκευή αποθήκης και εργαστηρίου.
- ❖ Αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού, κλπ.

4) Επενδύσεις στη μεταποίηση – εμπορία γεωργικών προϊόντων (Γ΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης Απόφαση αριθμ. 450/2001, όπως τροποποιήθηκε από την αριθμ.234/262437)

Φυσικά πρόσωπα, επιχειρήσεις, αγροτικοί συνεταιρισμοί κ.λ.π που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της δευτερογενούς παραγωγής, μπορούν να ενισχυθούν μέχρι ποσοστού 50% (και μέχρι 65% στα μικρά νησιά του Αιγαίου Πελάγους) της δαπάνης για:

- ❖ Εκσυγχρονισμό, επέκταση και ίδρυση νέων μονάδων παραγωγής προϊόντων διατροφής, υγιεινής διατροφής με βάση το μέλι και άλλα προϊόντα της κυψέλης.
- ❖ Εκσυγχρονισμό, επέκταση με ή χωρίς μετεγκατάσταση υφισταμένων μονάδων τυποποίησης-επεξεργασίας-μεταποίησης μελιού και λοιπών προϊόντων κυψέλης.
- ❖ Ίδρυση νέων μονάδων τυποποίησης, επεξεργασίας, μεταποίησης μελιού και λοιπών προϊόντων κυψέλης.
- ❖ Ίδρυση, εκσυγχρονισμός, επέκταση, μετεγκατάσταση μονάδων για παραγωγή σακχαρωδών προϊόντων με βάση το μέλι, snacks, κ.λ.π.

2.1.6 Αναμενόμενες επιπτώσεις για τους παραγωγούς του πρωτογενούς προϊόντος

Οι επιπτώσεις για τους παραγωγούς του πρωτογενούς προϊόντος μόνο θετικές διαφαίνονται, καθώς στόχος είναι η παραγωγή ανταγωνιστικών προϊόντων.

Η πολιτική ανταγωνισμού, όταν εφαρμόζεται, προκαλεί ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και της αποτελεσματικότητας, αυξάνει τις επιλογές του καταναλωτή και συμβάλει στην βελτίωση της ποιότητας.

Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να διαφοροποιηθούν και γι' αυτό το λόγο πρέπει να στρέφονται στην καινοτομία, όσον αφορά τις τεχνικές παραγωγής, το είδος του προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας, κλπ.

Παράλληλα, εκτός απ' την παραγωγή, θα περιοριστεί και το μονοπώλιο συγκεκριμένων τυποποιητηρίων στην περιοχή δράσης της επιχείρησης, με αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού και εκεί.

2.2 Ιδρυτές του επενδυτικού σχεδίου

Η επένδυση αναμένεται να πραγματοποιηθεί από την Αποστολοπούλου Παναγιώτα.

Η Π. Αποστολοπούλου είναι απόφοιτος του Τμήματος Ναυτιλιακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA). Δεν διαθέτει γνώσεις και εμπειρία επί του αντικείμενου της μελισσοπαραγωγής, επομένως θα πρέπει να παρακολουθήσει μια σειρά από σεμινάρια τα οποία θα φανούν πολύ χρήσιμα και βοηθητικά στην κατανόηση της παραγωγικής δραστηριότητας του μελιού.

Η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου αναμένεται να πραγματοποιηθεί στα τέλη του 2020 με τη σύσταση της Ατομικής Επιχείρησης, με την επωνυμία «Λύτρας Μελισσοκομική». Η επιλογή αυτής της εταιρικής μορφής έγινε με σκοπό τη λειτουργικότητα, την ευελιξία αλλά κ επειδή γιατί πρόκειται για την οικονομικότερη λύση και για τους λόγους επίσης που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Μέχρι τότε η ιδρύτρια, έχει προγραμματίσει την παρακολουθήσει μιας σειράς σεμιναρίων και πρακτικής εξάσκησης, προκειμένου να εξοικειωθεί με το αντικείμενο της παραγωγής.

2.3 Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου και μελέτη σκοπιμότητας

Το ενδιαφέρον για την ίδρυση της επιχείρησης εκδηλώθηκε από την υποστηρίκτρια του τον Μάρτιο του 2020, οπότε και ανατέθηκε στην εταιρεία Οικονομοτεχνικών Μελετών Alpha Consulting η εκπόνηση της σχετικής μελέτης σκοπιμότητας με χρονικό περιθώριο παράδοσης τον Σεπτέμβριο του 2020. Κατά τη διάρκεια όλου αυτού του διαστήματος, τα ενδιαφερόμενα μέρη (οι μελετητές και η υποψήφια ιδρύτρια της εταιρείας), έκαναν έξι διασκέψεις, κατά τις οποίες γίνονταν διάφορες επισημάνσεις και διευθετούνταν διάφορα διαδικαστικά ζητήματα.

Πιο αναλυτικά, η ομάδα που συμμετείχε στη σύνταξη της παρούσας μελέτης, αποτελείται από τα ακόλουθα καταρτισμένα μέλη:

- Οικονομολόγος
- Ειδικός σε θέματα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Ειδικός σε θέματα Τεχνολογίας Τροφίμων
- Ειδικός σε θέματα προώθησης και διανομής

Στόχος της παρούσας ανάλυσης είναι να παρουσιαστούν τα διάφορα θέματα και στοιχεία που αφορούν την συγκεκριμένη επένδυση, έτσι ώστε να προκύψει ως αποτέλεσμα η σκοπιμότητα ή μη υλοποίησής της.

2.4 Κόστος εκπόνησης της μελέτης και των σχετικών ερευνών

Γενικά το κόστος της εκπόνησης της προμελέτης σκοπιμότητας δεν είναι υψηλό. Η διάρκεια διεκπεραίωσής της υπολογίζεται στους έξι μήνες. Το κόστος περιλαμβάνει τόσο τα έξοδα εκπόνησης της προ επενδυτικής μελέτης όσο και άλλα έξοδα από δραστηριότητες που συνοδεύουν την μελέτη. Σύμφωνα με τους υπευθύνους της Alpha Consulting το συνολικό κόστος ανέρχεται στα 5.000 ευρώ.

Πίνακας 2-1: Κόστος Προ-επενδυτικών Μελετών και Ερευνών

Ο παρακάτω Πίνακας παρουσιάζει τα έξοδα εκπόνησης της προμελέτης σκοπιμότητας καθώς και των λοιπών ενεργειών που σχετίζονται με αυτήν.

Περιγραφή	Κόστος (Ευρώ)
Προμελέτη Σκοπιμότητας	4.000
Διάφορες δαπάνες	1.000
ΣΥΝΟΛΟ	5.000

3. Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ

3.1 Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ

Η ανάλυση της αγοράς είναι πολύ σημαντική, γιατί θα βοηθήσει στον καθορισμό της έκτασης του επενδυτικού σχεδίου, στα μελλοντικά προγράμματα παραγωγής, στην τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί, όπως επίσης και για την επιλογή του τύπου εγκατάστασης.

Θεωρούμε ότι δύναται να αρχίσει η έρευνα όσον αφορά την οικονομοτεχνική εφικτότητα του επενδυτικού σχεδίου καθώς ο προβλεπόμενος όγκος της ζήτησης (εγχώριας και ξένης) είναι ανώτερος από ένα ορισμένο ελάχιστο επίπεδο σύμφωνα με την Κλαδική Ανάλυση.

Η επιχείρηση για να μπορέσει να λειτουργήσει θα πρέπει να έχει σχεδιασθεί για μια συγκεκριμένη αγορά. Θα πρέπει να εξεταστεί ολόκληρο το περιβάλλον στο οποίο θα υπάρξει η επιχείρηση, το οποίο περιλαμβάνει: τους καταναλωτές, τους προμηθευτές, τους ανταγωνιστές και όλα τα είδη των τεχνικών, υλικών, πολιτικών, νομικών και διοικητικών περιορισμών. Επίσης, για να συνεχίσει να λειτουργεί η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμόζεται σταθερά στις μεταβολές αυτής της αγοράς. Βασική προϋπόθεση είναι η γνώση της αγοράς η οποία θα επιτευχθεί με διάφορες τεχνικές (Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Καρβούνης, 2016).

Θα ακολουθήσει λοιπόν η περιγραφή της στρατηγικής και της τακτικής του μάρκετινγκ που θα εφαρμοσθεί για την προσέγγιση του στόχου, η οποία προσέγγιση θα πρέπει να είναι ακριβής τόσο για την τρέχουσα όσο και για τις μελλοντικές περιόδους. Επιπλέον, θα υπολογισθεί το μερίδιο της αγοράς που θα κατακτήσει το σχέδιο, θα εκτιμηθούν όσο γίνεται οι προβλεπόμενες πωλήσεις, θα υπολογιστεί το κόστος του μάρκετινγκ και θα γίνει αναφορά και σε άλλα θέματα.

3.1.1 Ανάλυση του Κλάδου και Ορισμός της αγοράς

Σκοπός της μελισσοκομικής επιχείρησης είναι η παραγωγή μελιού, η τυποποίηση, η διακίνηση και πώληση του. Η μελισσοκομία αποτελεί ιδιαίτερο κλάδο της γεωπονίας που ασχολείται με την μέλισσα και των παραγώγων της, όπως το μέλι, το βασιλικό πολτό, την πρόπολη και το κερί. Σύμφωνα με προβλέψεις που είχαν γίνει, ο κλάδος της μελισσοκομίας απασχολεί γύρω στους 24.582 μελισσοκόμους, ενώ η εγχώρια παραγωγή μελιού διαμορφώνεται το 2018 σε 15 χιλ. Τόνους (European Commission “Honey Market Presentation, Spring 2020”).

Το γεγονός ότι το μέλι ασκεί ευεργετική επίδραση γενικά στην υγεία του ανθρώπου, είναι μια άποψη αρκετά διαδεδομένη σε όλο τον κόσμο. Ο Ιπποκράτης (462-352 π.Χ.), πατέρας της Ιατρικής, συνιστούσε το μέλι σε όλους τους ανθρώπους αλλά κυρίως στους ασθενείς. Το μέλι, λοιπόν, λόγω της γλυκόζης που περιέχει και είναι άμεσα αφομοιώσιμη από τον οργανισμό μας, χρησιμοποιείται σαν δυναμωτικό. Θεωρείται πως ασκεί ευεργετική επίδραση στην καρδιά, στο συκώτι και στο πεπτικό μας σύστημα. Επίσης, έχει καλή αντιβακτηριοστατική δράση εξαιτίας της παρουσίας υπεροξειδίου του υδρογόνου (οξυζενέ) και της υψηλής συγκέντρωσης ζαχάρων

Σε συνέχεια της ανάλυσης των προϊόντων της μέλισσας στο Κεφάλαιο 2, παρουσιάζονται παρακάτω, τα πλεονεκτήματα από την χρήση τους για τον ανθρώπινο οργανισμό:

Γύρη: Θεωρείται ιδιαίτερα θρεπτική με πολλές ευεργετικές ιδιότητες. Αποτελεί εξαιρετική πηγή υδατανθράκων, μετάλλων, ορμονών, βιταμινών και ενζύμων. Επίσης, περιέχει υψηλά ποσοστά ρουτίνης, η οποία αυξάνει την αντίσταση των τριχοειδών αγγείων με συνέπεια τη μείωση πιθανοτήτων για εγκεφαλικά επεισόδια. Επιπλέον, έχει διουρητική δράση, βοηθά τον μεταβολισμό, την διανοητική λειτουργία και χαρίζει ευεξία.

Η παραγωγή και αξιοποίηση της γύρης είναι εύκολη υπόθεση και μπορεί να αποτελέσει καλό συμπληρωματικό εισόδημα. Συνήθως, κάθε κυψέλη δίνει 3-5 κιλά γύρης. Τέλος, έχει αναφερθεί ότι 35 γρ. γύρης την ημέρα, περίπου μια κουταλιά της σούπας δηλαδή, ικανοποιεί τις ημερήσιες ανάγκες του ανθρώπου σε πρωτεΐνες.

Βασιλικός Πολτός: Ο βασιλικός πολτός έχει αποδειχτεί πως αποτελεί πηγή πλούσια σε πρωτεΐνες, αμινοξέα, λιπίδια, βιταμίνες και άλλα ανόργανα στοιχεία και ουσίες, γεγονός που τον έχει κάνει αντικείμενο εξέτασης και ιατρικών ερευνών σχετικά με τις επιδράσεις του στον οργανισμό του ανθρώπου. Επιπλέον, έχει αποδειχθεί πως αποτελεί την πλουσιότερη τροφή που υπάρχει στη φύση, επηρεάζει θετικά τον μεταβολισμό, την ανάπτυξη και τη μακροζωία. Στην Ελλάδα υπάρχουν ελάχιστοι παραγωγοί βασιλικού πολτού, επομένως οι μεγαλύτερες ποσότητες που κυκλοφορούν στην αγορά εισάγονται. Η περίοδος παραγωγής και συγκομιδής είναι από τον Απρίλιο μέχρι τον Ιούνιο και η παραγόμενη ποσότητα υπολογίζεται στα 100-150 γραμμάρια ανά κυψέλη.

Πρόπολη: Η πρόπολη περιέχει περισσότερες από 300 ουσίες κ χαρακτηρίζεται από μεγάλες συγκεντρώσεις σε φλαβόνες, φλαβονόλες και φλαβονόνες καθώς επίσης έχει βακτηριοστατικές και βακτηριοκτόνες ιδιότητες. Επιπλέον, χρησιμοποιείται για την θεραπεία τραυμάτων, τις παθήσεις του αναπνευστικού συστήματος, της στοματικής κοιλότητας και άλλων στοιχείων του ανθρώπινου οργανισμού. Η πρόπολη αποτελεί μια σχεδόν χαμένη πηγή εισοδήματος καθώς πολλοί παραγωγοί δεν την αξιοποιούν. Οι προϋποθέσεις αξιοποίησής της όμως είναι πλέον ώριμες, επομένως οι μελισσοπαραγωγοί συστήνεται να τις εκμεταλλευτούν.

Κερί: Το κερί χρησιμοποιείται στην βιομηχανική παραγωγή καλλυντικών, κεριών και φύλλων κηρήθρας. Αρκετές κρέμες προσώπου περιέχουν φυσικό κερί μελισσών καθώς και κρέμες, αλοιφές, λοσιόν κ.α. Θεραπευτικά, το κερί δρα κατά της αρθρίτιδας, της ωτίτιδας, του βρογχικού άσθματος, των φλεγμονών της ρινικής περιοχής και των δερματοπαθειών. Το κερί συλλέγεται κυρίως από τα σφραγίσματα των κελιών και από τις παλιές κηρήθρες. Η χώρα μας είναι, μελισσοκομικά καταναλωτής κεριού και όχι παραγωγός.

Δηλητήριο της Μέλισσας: Έχει ισχυρή αντιφλεγμονώδη δράση, ενεργοποιεί και ρυθμίζει το ανοσοποιητικό σύστημα, ενισχύει την αντοχή του οργανισμού κατά μεγάλο βαθμό και βελτιώνει την κυκλοφορία του αίματος, έχει αντιοξειδωτική, αναλγητική και αντιβακτηριδιακή δράση και γενικότερα η φαρμακευτική του δράση είναι γνωστή εδώ και πολλά χρόνια. Χρησιμοποιείται με επιτυχία εναντίον της ρευματοειδούς πολυαρθρίτιδας, περιορίζει τους ισχιακούς πόνους, την νευραλγία, την νευρομυαλγία, τη μεσοπλεύριο και βρογχική νευραλγία.

Για οικονομικούς και πρακτικούς λόγους, η πιο συχνή μέθοδος χορήγησης του δηλητηρίου είναι με ζωντανές μέλισσες. Συνεπώς, πριν από κάθε θεραπεία με δηλητήριο μέλισσας, συνίσταται να γίνεται τεστ αλλεργίας. Φαίνεται πως η αξιοποίηση του δηλητηρίου ως προϊόντος της κυψέλης στη χώρα μας θα αργήσει να πραγματοποιηθεί. Πάντως έχει διαπιστωθεί ότι οι ασχολούμενοι με την μελισσοκομία συγκαταλέγονται στους πιο υγιείς από πλευράς προβλημάτων ρευματισμών και αρθρίτιδας σε σχέση με εργαζόμενους σε άλλους κλάδους.

Συγκριτικά με όλα τα παραπάνω προϊόντα, το μέλι αποτελεί το κυριότερο προϊόν της μελισσοκομίας, καλύπτοντας από μόνο του μια αγορά, η οποία συγκεντρώνει τα δικά της χαρακτηριστικά. Υπάρχουν δύο κατηγορίες στις οποίες διακρίνεται η αγορά του μελιού ανάλογα με τον τρόπο που διακινείται – διατίθεται:

- Χύμα
- Συσκευασμένο – τυποποιημένο

Σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, το μέλι που διατίθεται στον τελικό καταναλωτή σε κάθε σημείο πώλησης (π.χ. καταστήματα, τόπο συγκομιδής οργανωμένες Λαϊκές Αγορές ή Λαϊκές Αγορές Προϊόντων Βιολογικής Γεωργίας) διατίθεται υποχρεωτικά μόνο προσυσκευασμένο.

Μόνο σε χώρους μαζικής εστίασης δύναται να διατεθεί το μέλι σε χύμα μορφή (π.χ. ξενοδοχεία, εστιατόρια) και μόνο εφόσον πρόκειται για επιτόπια κατανάλωση. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πρέπει να υπάρχει τοποθετημένη πινακίδα δίπλα στο σημείο που εκτίθεται το προϊόν προς κατανάλωση, η οποία θα αναγράφει την ονομασία πώλησής του και τη χώρα συγκομιδής του.

3.1.2 Δομή της αγοράς

Είναι πολύ σημαντικό να καθοριστεί και να περιγραφεί με σαφή τρόπο η αγορά-στόχος. Η αγορά ως έννοια, ανάλογα με την περίπτωση στην οποία χρησιμοποιείται μπορεί να έχει διαφορετική σημασία. «Για το μάρκετινγκ, αγορά είναι ένα σύνολο αγοραστών με

ανικανοποίητες ανάγκες, που έχουν τόσο τη δυνατότητα όσο και την αποφασιστικότητα να τις ικανοποιήσουν» (Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Γ.Π. Μάλλιαρης, 2012).

Η δομή της αγοράς αφορά εκείνα τα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν σημαντικά την συμπεριφορά και την αλληλεπίδραση των αγοραστών και των πωλητών όπως:

- Η πυκνότητα των πωλητών
- Η διαφοροποίηση του προϊόντος
- Εμπόδια εισόδου νέων παραγωγών στην αγορά
- Πυκνότητα αγοραστών για το προϊόν
- Οικονομίες κλίμακας στο αντικείμενο
- Εμπόδια εξόδου
- Ανάπτυξη σε σχέση με τη ζήτηση της αγοράς

3.1.3 Προϊόντα

Όπως έχει αναφερθεί παραπάνω, η επιχείρηση θα ασχοληθεί με την παραγωγή μελιού την τυποποίησή , τη συσκευασία, την εμπορία και διακίνησή του.

Λόγω της περιοχής που θα εγκατασταθεί το μελισσοκομείο, το μέλι θα ναι από έλατα και τα υπόλοιπα φυτά και άνθη του δάσους. Μετά το πευκόμελο, λοιπόν, το επόμενο γνωστό μέλι μελιτώματος είναι του ελάτου, το οποίο καλύπτει το 5-10% της εγχώριας παραγωγής. Το μέλι ελάτης είναι μέλι πλούσιο σε μέταλλα, αμινοξέα και βιταμίνες του συμπλέγματος Β, είναι γνωστό για το άρωμα και την πλούσια γεύση του καθώς και την πολύ αργή κρυστάλλωσή του. Παράγεται κυρίως από τις εκκρίσεις του εντόμου *Physokermeshemicryphus* και εμπλουτίζεται με νέκταρ από ποικίλα ορεινά βότανα.

Η τυποποίηση των προϊόντων θα γίνεται στις σύγχρονες εγκαταστάσεις που θα δημιουργηθούν γι' αυτό το σκοπό, εφαρμόζοντας Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων κατά ISO 22000:2005, διασφαλίζοντας έτσι υψηλές προδιαγραφές ποιότητας στα τελικά προϊόντα, όπως ορίζει η ελληνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία.

3.1.4 Πελάτες

Το μέλι αποτελεί βασικό είδος στην παραδοσιακή διατροφή του Έλληνα καταναλωτή, για το λόγο αυτό στην Ελλάδα σημειώνονται από τις υψηλότερες κατά κεφαλή καταναλώσεις στην Ε.Ε. Τα κριτήρια επιλογής ενός μελιού από τον καταναλωτή είναι χωρίς αμφιβολία το άρωμα και η γεύση του.

Ωστόσο, ένα άλλο κριτήριο επιλογής είναι και το χρώμα του, το οποίο εξαρτάται από τα μέταλλα, τα φλαβονοειδή και τις φουράνες που μπορεί να περιέχει το μέλι. Οι καταναλωτές, τελευταία, φαίνεται να προτιμούν μέλια με υψηλότερη θρεπτική αξία, και πιο συγκεκριμένα προτιμούν τα σκουρόχρωμα μέλια.

Μελετώντας την κατανάλωση μελιού σε διεθνές επίπεδο, βλέπουμε πως υπάρχει αυξημένη ζήτηση από καταναλωτές του εξωτερικού (π.χ. Κίνα) κ επιπλέον, η Ε.Ε. δεν είναι αυτάρκης όσον αφορά την κατανάλωση μελιού που σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι εξαγωγές της Ελλάδας είναι σε χαμηλά επίπεδα, να δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί και εκτός συνόρων.

Σημαντικό είναι το γεγονός, πως το μέλι και τα υπόλοιπα προϊόντα της κυψέλης, αποτελούν προϊόντα περιζήτητα, με πολλές χρήσεις στην καθημερινή ζωή. Το μέλι, για παράδειγμα, χρησιμοποιείται επίσης στη ζαχαροπλαστική, στην αισθητική, στην φαρμακευτική για την παρασκευή διαφόρων σκευασμάτων, όπως αντιβηχικά σιρόπια κ.λπ. Συμπερασματικά, η εν λόγω επιχείρηση απευθύνει το προϊόν της σ ένα ευρύ πελατολόγιο.

3.1.5 Ανταγωνιστές

Σύμφωνα με την Κλαδική Ανάλυση, στην αγορά κυριαρχεί ένας μεγάλος παίκτης, ενώ ο ανταγωνισμός είναι έντονος μεταξύ των μικρομεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων και εστιάζεται κυρίως στην τιμή διάθεσης, στις προσφορές και προωθητικές ενέργειες και στους όρους συνεργασίας με τα δίκτυα διανομής. Όσον αφορά τους μεγάλους «παίκτες»

της αγοράς, το “Μέλι Αττικής” κατέχει κοντά στο 45%, ενώ η “Μελισσοκομική Αθηνών”, η “Μελισσοκομική Δωδεκανήσου”, η “Ελληνικό Μέλι”, η “Άγρια Μέλισσα”, η “Μελίγυρις” και η “Σίθων” αποτελούν τις πιο γνωστές εταιρείες και στη μικρή λιανική. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι μεγάλο μερίδιο της αγοράς κατέχουν πλέον και προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (Private Label), τα οποία σε ποσοστό ξεπερνούν το 20%.

Στον κλάδο σημειώνεται η δραστηριοποίηση συνεταιρισμών που καλύπτουν σημαντικό τμήμα της αγοράς καθώς και η διάθεση προϊόντων απευθείας από τους παραγωγούς.

Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, η ένταση του ανταγωνισμού αυξάνεται, λόγω της ύπαρξης αθέμιτου ανταγωνισμού. Πιο συγκεκριμένα, επιτήδριοι εισάγουν φθινό, υποβαθμισμένο μέλι και το προωθούν στην αγορά ως ελληνικό, εξαπατώντας έτσι τον κόσμο και αισχροκερδώντας σε βάρος του καταναλωτή. Το γεγονός αυτό οδηγεί βεβαίως και σε άλλα αποτελέσματα, όπως τη δυσφήμιση του ελληνικού μελιού, την απώλεια εμπιστοσύνης από την πλευρά του καταναλωτή, τη δυσκολία στη διάθεσή του και την αποδυνάμωση της παραγωγικής προσπάθειας για ποιοτικό μέλι.

Ωστόσο, το ελληνικό μέλι πλήττεται και από τον αθέμιτο ανταγωνισμό των Κινέζων οι οποίοι δεν ακολουθούν του ευρωπαϊκού κανόνες. Αυτή η άποψη υποστηρίζεται τόσο από τους Έλληνες παραγωγούς όσο και από τους Ευρωπαίους.

Στην τυποποίηση του μελιού δραστηριοποιούνται επίσης μελισσοκομικοί συνεταιρισμοί όπως ο Μελισσοκομικός συνεταιρισμός Αιτωλοακαρνανίας και Ηπείρου.

Ο αριθμός τυποποιητηρίων – συσκευαστηρίων στην Ελλάδα ανέρχεται περίπου στα 200. Όσον αφορά τις κοντινές περιοχές της μονάδας, στο νομό Αιτωλοακαρνανίας υπάρχουν έξι (6) στο σύνολο και στην Άρτα (Περιφέρεια Ηπείρου) υπάρχουν τρία (3).

3.1.6 Δίαυλοι Διανομής

Ως διανομή, ορίζουμε όλες τις δραστηριότητες που θα πρέπει να σχεδιαστούν και να πραγματοποιηθούν, έτσι ώστε το τελικό προϊόν να καταστεί διαθέσιμο στον καταναλωτή.

Η αποφάσεις που αφορούν την διανομή θεωρούνται στρατηγικής σημασίας επιλογές, διότι όχι μόνο δε μπορούν να αλλάξουν γρήγορα αλλά επηρεάζουν δυναμικά και τα υπόλοιπα τρία στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ (προϊόν, προβολή, τιμολόγηση) (Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Γ.Π. Μάλλιαρης, 2012).

Τη διανομή, όπως συνηθίζεται να γίνεται από παλαιότερα έως και τις μέρες μας, θα την αναλάβουν ανεξάρτητες επιχειρήσεις (οι οποίες καλούνται ενδιάμεσοι ή μεσάζοντες).

Προς το παρόν η εταιρεία θα διαθέτει τα προϊόντα της προς πώληση μέσω των ενδιάμεσων εμπόρων, ωστόσο μελλοντικά θα μπορούσε να έρχεται σε άμεση επαφή με τον τελικό καταναλωτή και να τα πουλάει απευθείας, είτε μέσω ηλεκτρονικής ιστοσελίδας είτε ανοίγοντας φυσικά καταστήματα σε κομβικά σημεία. Ο όρος αυτός της στρατηγικής που πιθανόν να ακολουθήσει η εταιρεία στο μέλλον, ονομάζεται κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός και ορίζεται ως η συγχώνευση εταιρειών οι οποίες έχουν σχέση προμηθευτή – πελάτη ή προμηθευτή – διανομέα και βρίσκονται σε διαφορετικό επίπεδο σε μια κοινή εφοδιαστική αλυσίδα. Η διαδικασία αυτή συμβάλλει στη μείωση του κόστους παραγωγής και στην αύξηση της αποτελεσματικότητας.

3.2 Ανάλυση της εγχώριας αγοράς

3.2.1 Μελισσοκομικό κεφάλαιο

Η μελισσοκομία αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της πρωτογενούς παραγωγής για την Ελλάδα. Σύμφωνα με τα στοιχεία που υπάρχουν στην Κλαδική Ανάλυση στον κλάδο της μελισσοκομίας απασχολούνται περίπου 21.031 μελισσοκόμοι, κατέχοντας 1.584.206 μελισσοσμήνη, αριθμός που κατατάσσει την Ελλάδα στην τρίτη θέση στην Ευρωπαϊκή Ένωση με ποσοστό 10,1% του συνολικού αριθμού μελισσοσμηνών μετά την Ισπανία και τη Γαλλία την τριετία 2014-2016.

Σύμφωνα με την ανάλυση της αγοράς που δημοσιεύθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση την άνοιξη του 2020, η Ελλάδα, το έτος 2019 κατατάσσεται στην έκτη θέση σε κατοχή μελισσοσμηνών με 1.454.000, κατέχοντας το 8% του συνολικού αριθμού μετά την Ισπανία, τη Ρουμανία, την Πολωνία, την Ιταλία και την Γαλλία. Επιπλέον, ο αριθμός μελισσοκόμων που απασχολούνται στον κλάδο της μελισσοκομίας και κατέχουν άνω των 150 κυψελών και θεωρούνται ως επαγγελματίες το έτος 2018 σημειώνεται στους 9.226. Γενικότερα, είτε ως αποκλειστική είτε ως δεύτερη απασχόληση, η μελισσοκομία είναι ένας κλάδος της αγροτικής οικονομίας που συμβάλλει σημαντικά στο εισόδημα των γεωργικών και μη οικογενειών.

Πίνακας 3-1: Μελισσοκομικό Κεφάλαιο ανά Κράτος- Μέλος Ε.Ε. (2019)

No.	Κράτος – Μέλος	Μελισσοκομικό Κεφάλαιο (αριθμός κυψελών)
1	Βέλγιο (BE)	70.000
2	Δανία (DK)	153.000
3	Γερμανία (DE)	916.000
4	Ελλάδα (EL)	1.454.000
5	Ισπανία (ES)	3.034.000
6	Γαλλία (FR)	1.584.000
7	Ιρλανδία (IE)	27.000

8	Ιταλία (IT)	1.606.000
9	Λουξεμβούργο (LU)	7.000
10	Κάτω Χώρες (NL)	75.000
11	Αυστρία (AT)	391.000
12	Πορτογαλία (PT)	799.000
13	Φινλανδία (FI)	84.000
14	Σουηδία (SE)	174.000
15	Ηνωμένο Βασίλειο	264.000
16	Τσεχία (CZ)	685.000
17	Κύπρος (CY)	57.000
18	Λιθουανία (LT)	202.000
19	Λετονία (LV)	103.000
20	Ουγγαρία (HU)	1.236.000
21	Μάλτα (MT)	4.000
22	Πολωνία (PL)	1.678.000
23	Σλοβενία (SI)	208.000
24	Σλοβακία (SK)	307.000
25	Εσθονία (EE)	49.000
	Σύνολο:	18.478.000

Πηγή: Honey Market Presentation, European Commission, Spring 2020

3.2.2 Εγχώρια παραγωγή μελιού

Το μέγεθος της εγχώριας αγοράς μελιού υπολογίζεται σε 16.720 τόνους το 2016 (σύμφωνα με την Κλαδική Ανάλυση), παρουσιάζοντας αύξηση 0,6% σε σχέση με το 2015.

Όσον αφορά το έτος 2017, η ετήσια παραγωγή ανέρχεται σε 21.900 τόνους και το 2018 σε 22.300 τόνους με Μέσο ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής 1,6% (Ελληνική Στατιστική Αρχή, Δελτίο Τύπου, Ετήσια Στατιστική Έρευνα, 2018).

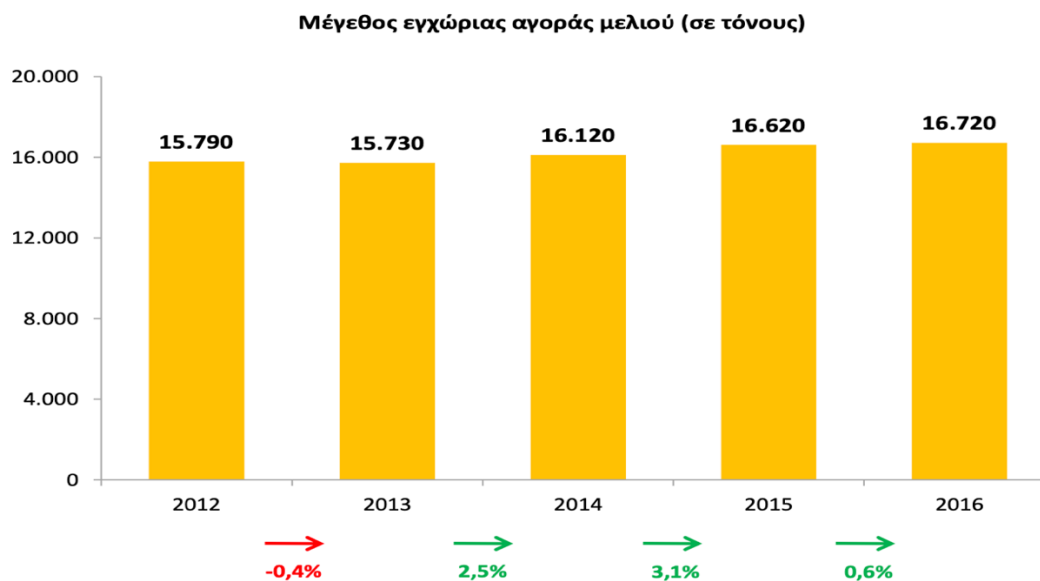
Το ελληνικό μέλι θεωρείται εξαιρετικής ποιότητας λόγω των ιδιαίτερων κλιματολογικών χαρακτηριστικών της χώρας μας και της μεγάλης ποικιλίας μελισσοκομικής χλωρίδας. Η ετήσια παραγωγή μελιού στην Ελλάδα διαμορφώνεται το 2015 σε 22,5 χιλ. τόνους κατέχοντας την έκτη θέση στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, η μέση ετήσια απόδοση ανά κυψέλη διαμορφώνεται σε 15 κιλά, χαμηλότερη από το μέσο όρο στην ΕΕ (21 κιλά).

Το μέλι πεύκου κατέχει το 55-60% της εγχώριας παραγωγής, το μέλι θυμαριού το 10%, το μέλι πορτοκαλιάς το 10%, ενώ το μέλι ελάτου το 5-10% της εγχώριας παραγωγής. Η Ελλάδα και η Ιταλία αποτελούν τις μοναδικές ευρωπαϊκές χώρες που έχουν νομοθετήσει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των βασικών κατηγοριών μελιού.

Το μέσο κόστος παραγωγής ανά κιλό παραγόμενου μελιού στην Ελλάδα διαμορφώνεται σε 5,40 ευρώ /κιλό, από τα υψηλότερα στην ΕΕ, όπου ο μέσος όρος διαμορφώνεται σε 3,04 ευρώ/ κιλό.

Από πλευράς γεωγραφικής κατανομής, η μελισσοκομία είναι διαδεδομένη σε όλη τη χώρα. Υπάρχουν όμως περιοχές που έχουν αυξημένο μελισσοκομικό ενδιαφέρον, όπως εκείνες των Νομών Χαλκιδικής, Καβάλας, Φθιώτιδας, Εύβοιας, Αττικής, Αρκαδίας, Ηρακλείου, Χανίων και άλλες.

Πίνακας 3-2



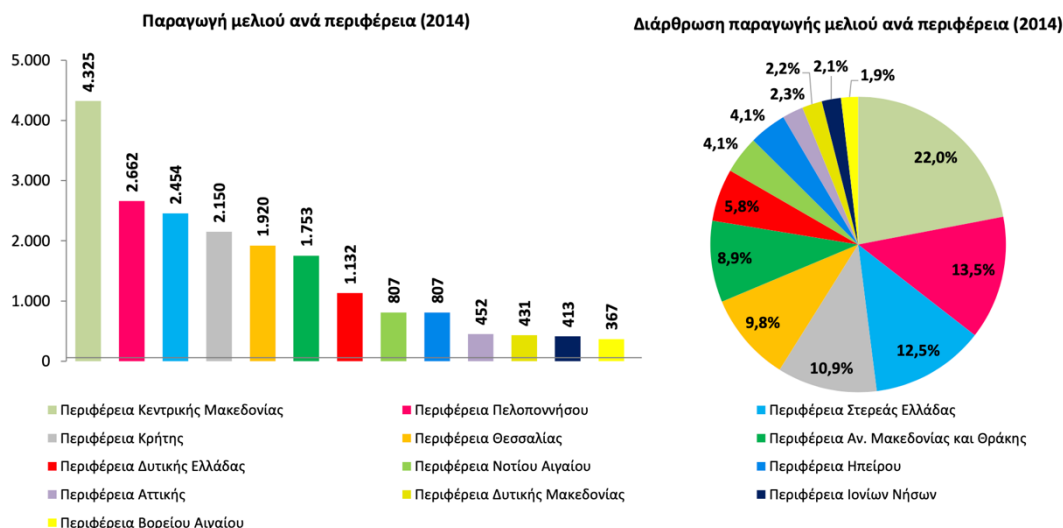
Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

Παρατηρώντας τον πίνακα 3-2, βλέπουμε ότι η συνολική εγχώρια παραγωγή μελιού κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα καθ' όλο το διάστημα απ' το 2012 έως το 2016. Ωστόσο, είναι λογικό να υπάρχουν κάποιες διακυμάνσεις στα επίπεδα παραγωγής (έτη 2012-2013), αφού η παραγωγή του προϊόντος επηρεάζεται σημαντικά από τις επικρατούσες περιβαλλοντικές και κλιματολογικές συνθήκες. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως σε βάθος χρόνου παρατηρείται, ότι ο όγκος της εγχώριας παραγωγής αυξάνεται σταδιακά, πράγμα που μπορεί να οφείλεται στις θετικές εξελίξεις που αφορούν στην προώθηση των προϊόντων του κλάδου της μελισσοκομίας και στη στήριξη της μελισσοκομικής παραγωγής.

Οι οικονομικές συνθήκες των τελευταίων ετών, δεν επηρέασαν ουσιαστικά την εγχώρια αγορά του μελιού, που παρουσιάζει Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) 1,4% την περίοδο 2012-2016, ακολουθώντας καλύτερη πορεία σε σχέση με το σύνολο της ελληνικής οικονομίας, όπως αποτυπώνεται στο ΑΕΠ (σε σταθερές τιμές) της χώρας.

Πίνακας 3-3

Γεωγραφική διάρθρωση παραγωγής μελιού



Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

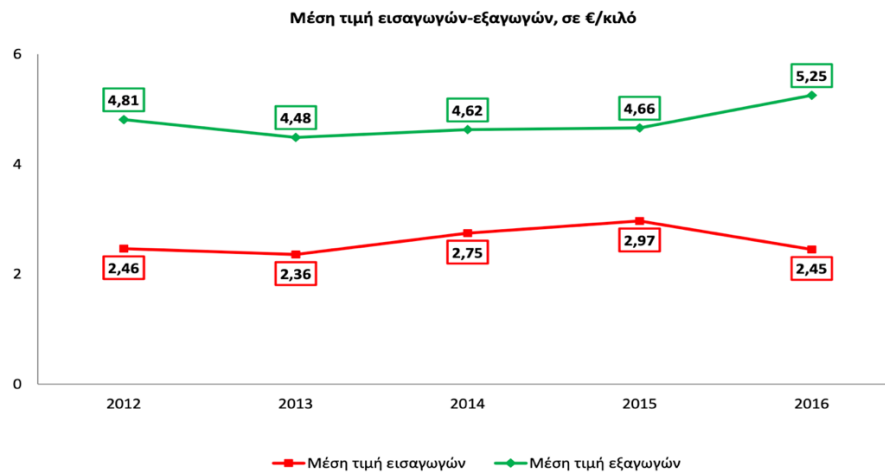
Η παραγωγή μελιού το 2014 στην Ελλάδα διαμορφώνεται σε 19.673 τόνους, με την περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας να συνεισφέρει το 22% της συνολικής παραγωγής. Ακολουθεί η περιφέρεια Πελοποννήσου με 13,5%, η περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας με 12,5%, η περιφέρεια Κρήτης με 10,9% κ.ο.κ.

3.2.3 Εξωτερικό εμπόριο μελιού

Σημαντικό ποσοστό της εγχώριας παραγωγής καταναλώνεται στην Ελλάδα, με τις εξαγωγικές επιδόσεις των επιχειρήσεων να διαμορφώνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα σε σχέση με το ύψος της παραγωγής, προσδίδοντας νέες εν δυνάμει προοπτικές στις επιχειρήσεις του κλάδου. Σημειώνεται ότι, το 2016 οι εξαγωγές μελιού διαμορφώθηκαν σε 1,5 χιλ. τόνους αξίας 8,1 εκ.

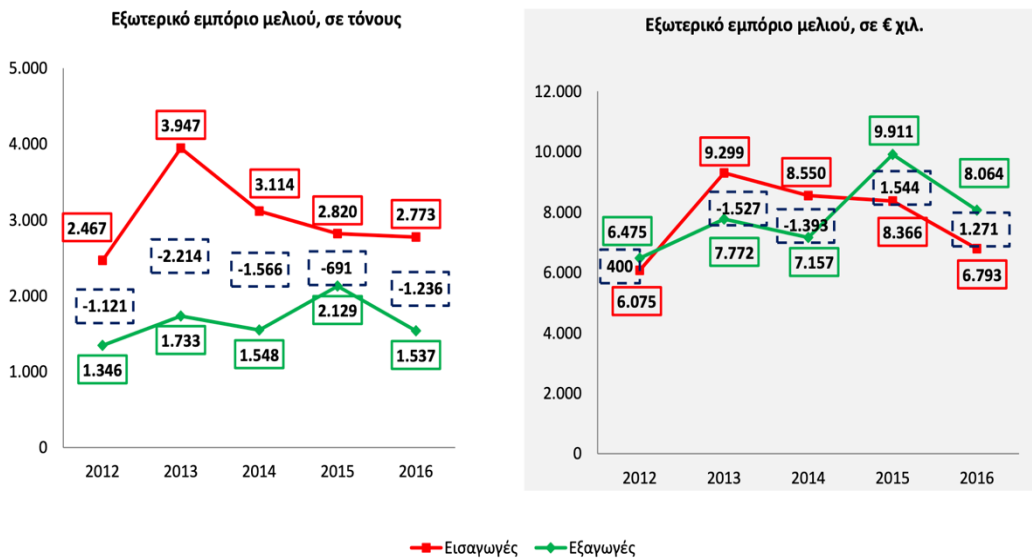
Στον Πίνακα 3-4 που ακολουθεί, βλέπουμε ότι σε όρους ποσότητας το εμπορικό ισοζύγιο μελιού διαμορφώνεται ελλειμματικό διαχρονικά, ενώ σε όρους αξίας της διετία 2015-2016 διαμορφώνεται πλεονασματικό αναδεικνύοντας την εξαγωγή ποιοτικού ελληνικού μελιού.

Πίνακας 3-4



Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

Πίνακας 3-5



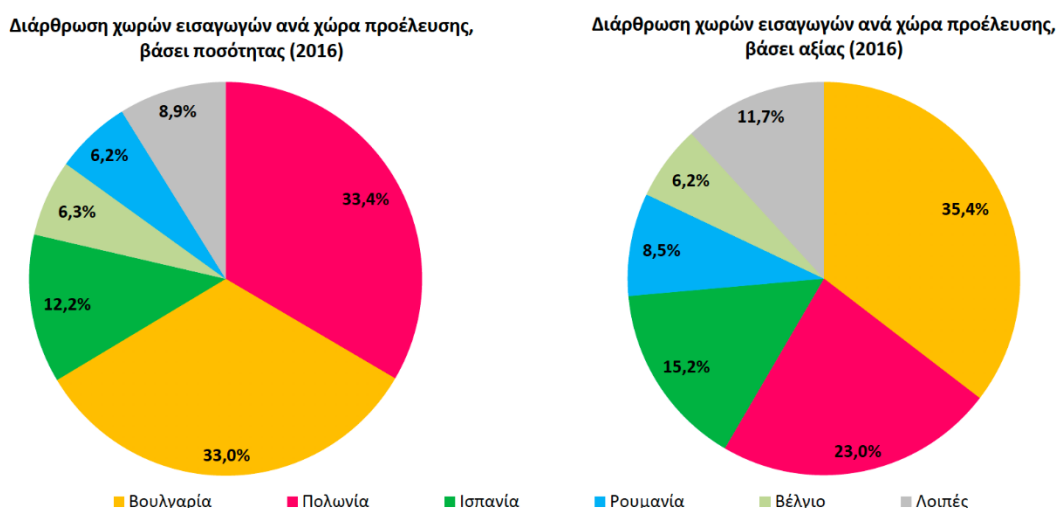
Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

3.2.3.1 Εισαγωγές Μελιού – Χώρες Προέλευσης (2016)

Η Βουλγαρία, η Πολωνία, η Ισπανία, η Ρουμανία και το Βέλγιο αποτελούν κύριες χώρες εισαγωγής μελιού, με το αθροιστικό μερίδιο της Βουλγαρίας και της Πολωνίας να είναι 66,4% σε όρους ποσότητας και 58,4% σε όρους αξίας.

Το έτος 2016 σημειώνεται ότι πραγματοποιήθηκαν εισαγωγές μελιού από 19 χώρες.

Πίνακας 3-6



Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, υπάρχουν σοβαρές επιφυλάξεις για τον τρόπο που διακινούνται οι ποσότητες μελιού στην αγορά, αφού έχουν διαπιστωθεί περιπτώσεις εξαπάτησης του καταναλωτή με ποσότητες που πωλούνται ως ελληνικό μέλι.

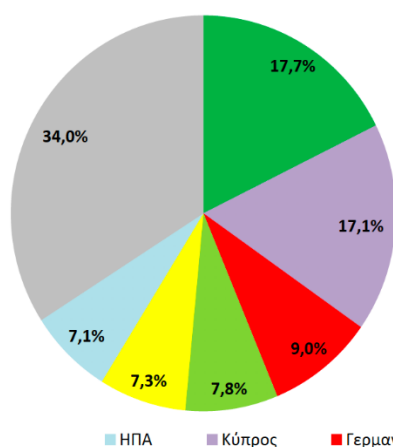
3.2.3.2 Εξαγωγές Μελιού (2016)

Μικρότερη συγκέντρωση παρουσιάζεται στις εξαγωγές με το αθροιστικό μερίδιο έξι χωρών (Ισπανία, Κύπρος, Γερμανία, Γαλλία, Καναδάς και ΗΠΑ) να είναι 65,9% σε όρους ποσότητας και 60,5% σε όρους αξίας.

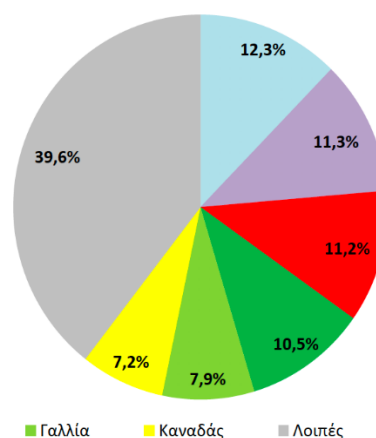
Το έτος 2016 πραγματοποιήθηκαν εξαγωγές μελιού σε 51 χώρες. Ενδεικτικός είναι ο Πίνακας 3-7.

Πίνακας 3-7

Διάρθρωση χωρών εξαγωγών ανά χώρα προορισμού, βάσει ποσότητας (2016)



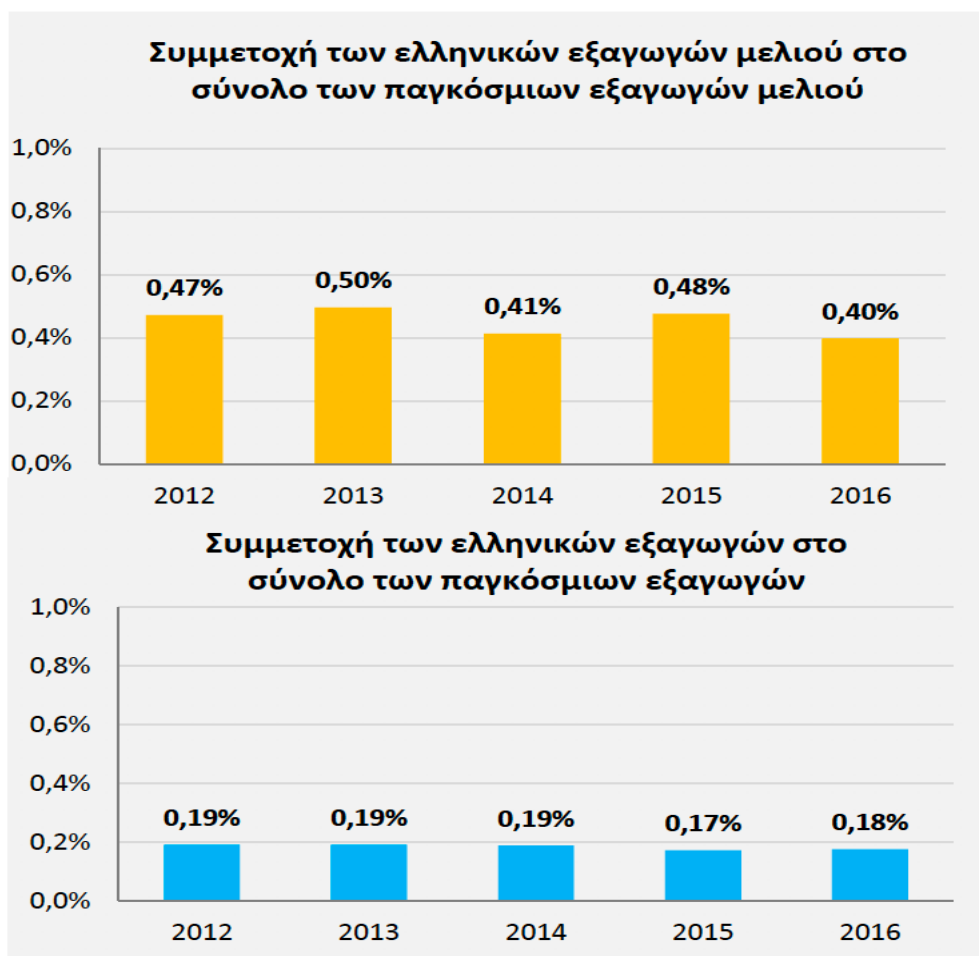
Διάρθρωση χωρών εξαγωγών ανά χώρα προορισμού, βάσει αξίας (2016)



Πηγή: Κλαδικές Στοιχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

Στην Ελλάδα ο κλάδος του μελιού εμφανίζει διαχρονικά συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, όσον αφορά στις βλέψεις εξαγωγής.

Πίνακας 3-8



Αφορά στον κωδικό ΣΟ 0409: Μέλι φυσικό

Πηγή: Κλαδικές Στοιχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

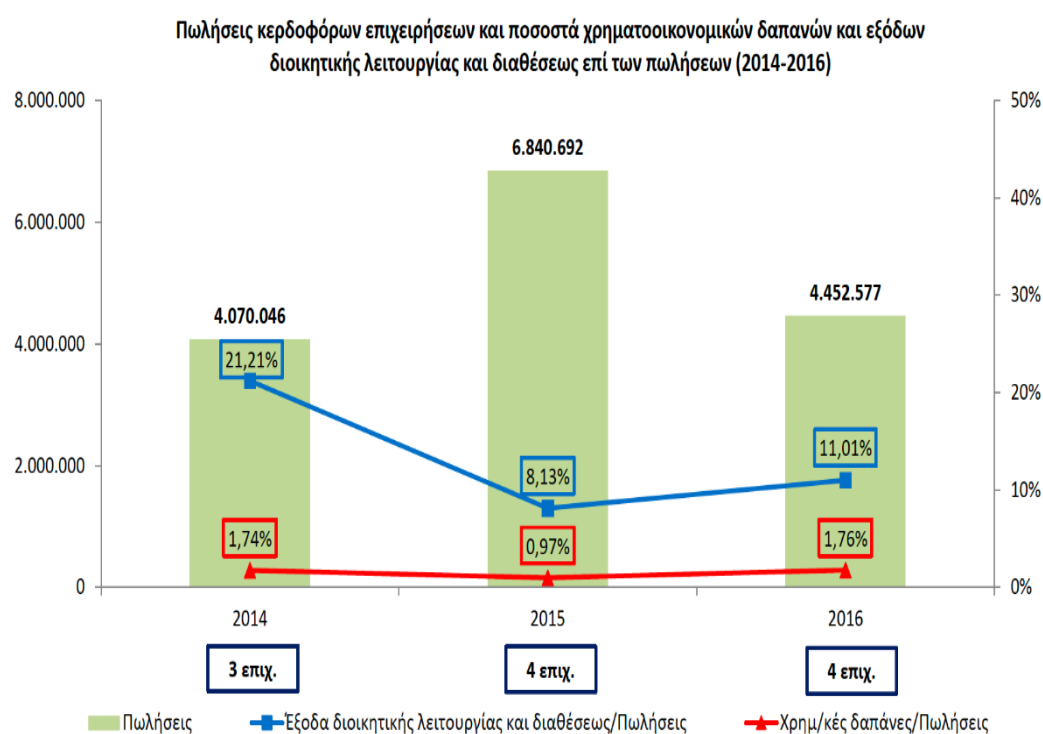
3.2.4 Εγχώρια κατανάλωση μελιού

Το μέλι κατέχει βασική θέση στην ελληνική διατροφή, καθώς αποτελεί βασικό συστατικό της παραδοσιακής διατροφής των Ελλήνων με μεγάλη θρεπτική αξία, ενώ παράλληλα θεωρείται φυσικό προϊόν που δεν έχει υποστεί αντίστοιχη επεξεργασία με τα προϊόντα της ζάχαρης. Αυτός είναι και ο λόγος που στην Ελλάδα σημειώνονται από τις υψηλότερες κατά κεφαλή καταναλώσεις της ΕΕ, αφού σύμφωνα με την Κλαδική Ανάλυση, το 2016 η κατά κεφαλή κατανάλωση μελιού υπολογίζεται σε 1,5 κιλά περίπου ετησίως, λαμβάνοντας υπόψη και τον εισερχόμενο τουρισμό.

3.2.5 Εγχώριες πωλήσεις τυποποιημένου μελιού

Αύξηση σημειώνεται στα έξοδα διοικητικής λειτουργίας και διαθέσεως καθώς και στις χρηματοοικονομικές δαπάνες ως ποσοστό των πωλήσεων των κερδοφόρων επιχειρήσεων το 2016 σε σχέση με το 2015, με τον αριθμό των κερδοφόρων επιχειρήσεων να είναι σταθερός.

Πίνακας 3-9



Πηγή: Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

61

3.3 Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Η εκτίμηση της κατάστασης του επενδυτικού σχεδίου πρέπει να λαμβάνει υπόψη και τις προθέσεις των ανταγωνιστών. Στην ανάλυση των ανταγωνιστών είναι βασικό να εστιάζεται η προσοχή σε σπουδαίους συγκεκριμένους ανταγωνιστές ή σε ομάδες ανταγωνιστών που επιδεικνύουν την ίδια συμπεριφορά. Σε δεύτερη φάση, θα πρέπει να δίνεται προσοχή σε περισσότερες λεπτομέρειες που αφορούν το πώς χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές τα εργαλεία μάρκετινγκ, με ποιες ομάδες της αγοράς συνεργάζονται και σε ποια έκταση, σε ποια τμήματα της αγοράς έχουν ειδική δύναμη και σε ποια παρουσιάζουν αδυναμίες.

3.3.1 Γενικές πληροφορίες για τους κύριους ανταγωνιστές

Για να αποκτήσουμε γενικές πληροφορίες για τους κύριους ανταγωνιστές, θα πρέπει να εξεταστεί η θέση των ανταγωνιστών, δηλαδή να δούμε τις συνολικές τους πωλήσεις, τις πωλήσεις στα σπουδαιότερα τμήματα της αγοράς, το συνολικό τους μερίδιο αγοράς, και τις συνολικές τους δαπάνες για μάρκετινγκ. Επιπλέον, θα πρέπει να γνωρίζουμε τους στόχους τους, το τρόπο που συμπεριφέρονται, τις δυνατότητες και τις αδυναμίες τους.

Οι κυριότερες επιχειρήσεις του κλάδου, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, φαίνονται στον παρακάτω Πίνακα 3-10 καθώς και η εξέλιξη του κύκλου εργασιών τους:

Πίνακας 3-10

Επωνυμία	2012	2013	Δ13/12 (%)	2014	Δ14/13 (%)	2015	Δ15/14 (%)	2016	Δ16/15 (%)
“ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΛΑΖΑΡΕΛΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ”	365.987	265.211	-27,5%	561.064	111,6%	346.737	-38,2%	175.242	-49,5%
CRETA MEL ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	3.874.104	4.982.597	28,6%	5.593.437	12,3%	ΜΔ	-	ΜΔ	-
ΑΤΤΙΚΗ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΠΙΠΤΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	20.004.060	17.635.819	-11,8%	17.698.702	0,4%	18.775.275	6,1%	18.071.638	-3,7%
ΑΦΟΙ Δ. & Α. ΚΕΚΚΟΥ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΜΔ	ΜΔ	-	2.033.692	-	2.202.089	8,3%	ΜΔ	-
ΔΕΛΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε. ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ - ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΩΝ - ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ & ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ - ΛΟΙΠΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΣΥΝΑΦΩΝ ΕΙΔΩΝ	581.913	607.271	4,4%	564.346	-7,1%	578.713	2,5%	650.452	12,4%
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΛΙ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	902.867	1.325.613	46,8%	1.642.678	23,9%	1.512.506	-7,9%	1.433.624	-5,2%
ΜΕΛΙΝΤΑ ΕΠΕ	ΜΔ	ΜΔ	-	11.379.253	-	15.882.569	39,6%	ΜΔ	-
ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	1.523.749	1.709.374	12,2%	1.866.304	9,2%	1.876.537	0,5%	2.193.259	16,9%
ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	844.398	1.429.419	69,3%	1.808.007	26,5%	3.104.912	71,7%	2.750.745	-11,4%

Πηγή: Κλαδικές Στοιχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι, Οκτώβριος 2017

Κωνσταντίνος Λαζαρέλης – Μ.ΕΠΕ.

Αντικείμενο της εταιρείας «Κωνσταντίνος Λαζαρέλης» είναι η τυποποίηση και εμπορία φυσικού μελιού με έδρα την Καβάλα. Η εταιρεία Λαζαρέλη ασχολείται με το μέλι για πάνω από 30 χρόνια, δίνοντας στους πελάτες ποιοτικά και πιστοποιημένα προϊόντα. Το αντικείμενο απασχόλησης της επιχείρησης είναι η τυποποίηση και συσκευασία μελιού, γλυκόζης και μελισσοτροφής. Η δυνατότητα παραγωγής για μια μέρα είναι από 3 τόνους το ελάχιστο έως 5 τόνους. Η εταιρεία επέκτεινε τις δραστηριότητές της, επενδύοντας σε εξοπλισμό για την επεξεργασία/λιώσιμο κερηθρών και παραγωγή κεριού της μέλισσας. Η εταιρεία Λαζαρέλη απευθύνεται σε καταστήματα-πελάτες λιανικής, χονδρέμπορους και αποθήκες χονδρικής καθώς και σε παραγωγούς-μελισσοκόμους.

CRETA MEL - Ανώνυμη εμπορική και βιομηχανική εταιρεία

Η εταιρεία Cretamel A.E.B.E. είναι μια οικογενειακή επιχείρηση που ιδρύθηκε το 1996 στην Κρήτη με την παραγωγή μελιού ως αρχική δραστηριότητα. Κατέχοντας μια αξιόλογη οικογενειακή παράδοση στην παραγωγή μελιού, σε συνδυασμό με τη γνώση μελετώντας τη Μεσογειακή διατροφή έχει ως αποτέλεσμα την παραγωγή υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας προϊόντων. Το έτος 2000, η Cretamel δημιούργησε μια νέα σειρά ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων, όπως το παστέλι, τα αμυγδαλωτά, χαλβά και λουκούμια.

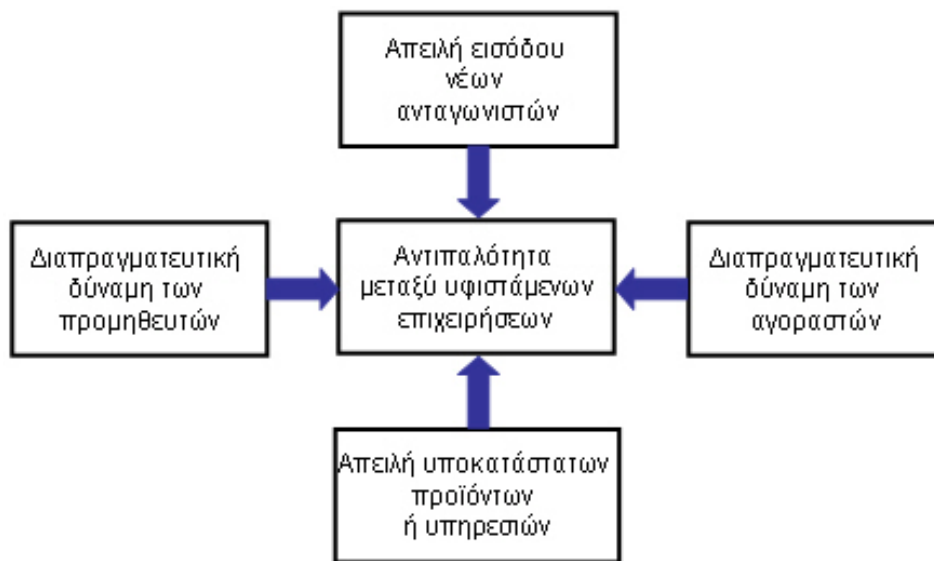
Και οι υπόλοιπες μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, έτσι αντίστοιχα ξεκίνησαν την δραστηριότητά τους σαν μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση αρχικά που με τα χρόνια εξελίχθηκε.

Ωστόσο, αυτές οι εταιρείες είναι πολύ μεγάλες και δεν μπορούν να θεωρηθούν ανταγωνιστές. Ίσως είναι ανταγωνιστές με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή εμείς θέλουμε να επιτύχουμε ένα πιο γευστικό και ποιοτικό βιολογικό μέλι από εκείνους και θέλουμε να πάρουμε ένα μέρος από τους πελάτες τους αλλά σε ένα προϊόν που είναι πολύ εξειδικευμένο και ιδιαίτερο. Γενικότερα, ο ανταγωνισμός είναι έντονος μεταξύ των μικρομεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων και εστιάζεται κυρίως στην τιμή διάθεσης, στις προσφορές και προωθητικές ενέργειες και στους όρους συνεργασίας με τα δίκτυα διανομής.

3.3.2 Ανάλυση της δομής του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Η επιχείρηση για να μπορέσει να διεκδικήσει μια ανταγωνιστική θέση μεταξύ των ήδη υπάρχοντων επιχειρήσεων, θα πρέπει πρωτίστως να προβεί στην ανάλυση της δομής του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, στα πλαίσια του οποίου σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί. Ένας από τους πιο ενδεδειγμένους τρόπους για να το καταφέρει αυτό είναι μέσω του μοντέλου των Πέντε Δυνάμεων του Porter. Σύμφωνα λοιπόν με το

Υπόδειγμα του Porter, η ένταση του ανταγωνισμού σε ένα κλάδο εξαρτάται από πέντε βασικές δυνάμεις, η συλλογική δράση των οποίων είναι σε θέση να καθορίσει την ελκυστικότητα του κλάδου αυτού. Βάσει αυτού του υποδείγματος, όσο εντονότερος είναι ο ανταγωνισμός σε ένα κλάδο, τόσο μεγαλύτερη είναι η πίεση που ασκείται στο περιθώριο κέρδους, γεγονός που επιδρά αρνητικά στην ελκυστικότητα του εν λόγω κλάδου. Πιο αναλυτικά, στο παρακάτω διάγραμμα αποτυπώνεται η αλληλεπίδραση των πέντε βασικών δυνάμεων (Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Β. Παπαδάκης, 2018):



➤ Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο συνιστά απειλή για τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις, διότι η εισαγωγή νέας δυναμικότητας θα ασκήσει πίεση στις μονάδες αυτές, οι οποίες επιδιώκουν συνεχώς να διαφυλάττουν τα μερίδια αγοράς τους. Βέβαια, η απειλή αυτή εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως από την ύπαρξη φραγμών εισόδου, από την αντίδραση των υφιστάμενων ανταγωνιστών, κ.ά. οι οποίοι εμποδίζουν την προσπάθεια εισόδου.

Στην περίπτωση των νεο-εισερχόμενων μονάδων παραγωγής και τυποποίησης μελιού τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο, το κόστος επένδυσης δεν είναι απαγορευτικό και το περιβάλλον της αγοράς που στοχεύει να εισέλθει η επιχείρηση δεν χαρακτηρίζεται

από ιδιαίτερη επιθετικότητα, επομένως η ύπαρξη φραγμών δεν είναι ανησυχητική. Επιπρόσθετα, εξαιτίας της φύσης του προϊόντος ευνοείται η είσοδος νέων ανταγωνιστών, οι οποίοι θα δύναται να προσφέρουν ένα ποιοτικά διαφοροποιημένο προϊόν.

Ωστόσο, ως εμπόδιο εισόδου θα μπορούσε να θεωρηθεί η συνεργασία με τα υπάρχοντα κανάλια διανομής, η οποία μπορεί όμως να πραγματοποιηθεί μέσω της ανάθεσης της διανομής σε εδραιωμένες εταιρείες Διοίκησης Συστημάτων Ανεφοδιασμού που αναλαμβάνουν την προώθηση των προϊόντων σε αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ και σε άλλα σχετικά καταστήματα.

➤ **Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών**

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών βασίζεται στο γεγονός, ότι οι προμηθευτές αποτελούν τους βασικούς συνεργάτες μιας επιχείρησης, διότι εκείνοι προμηθεύουν την πρώτη ύλη και είναι σε θέση να αυξήσουν τις τιμές τους ή να μειώσουν την ποιότητα των προϊόντων τους. Επομένως, η διαπραγματευτική δύναμη που κατέχουν, έχει την δυνατότητα να ασκήσει έντονη πίεση στους οργανισμούς του κλάδου.

Ωστόσο, όσον αφορά την υπό εξέταση μονάδα, η πρώτη ύλη θα παράγεται από την ίδια πράγμα που δημιουργεί ευελιξία, προσαρμοστικότητα καθώς δεν εξαρτάται από τρίτους. Όσον αφορά τις λοιπές πρώτες ύλες (π.χ. υλικά συσκευασίας), οι προμηθευτές έχουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη και ανάλογη του μεγέθους τους καθώς και του όγκου παραγγελιών από πλευράς των εξεταζόμενων επιχειρήσεων (Stochasis, Κλαδικές Στοχεύσεις, *Μελισσοκομία – Μέλι*, Οκτώβριος 2017).

➤ **Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών - πελατών**

Οι αγοραστές πιέζουν συνεχώς για μείωση των τιμών στο κατώτερο δυνατό όριο. Η δύναμή τους αποτελεί συνάρτηση του μεγέθους τους και του βαθμού συγκέντρωσης τους στον συγκεκριμένο κλάδο.

Στην περίπτωση των τυποποιητικών μονάδων μελιού, υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες αγοραστών : τα Σούπερ Μάρκετ, τα παντοπωλεία, τα καταστήματα τοπικών προϊόντων και τα καταστήματα Delicatessen.

Η διαπραγματευτική δύναμη των χονδρέμπορων τροφίμων και των αλυσίδων Σούπερ Μάρκετ, είναι υψηλή, λόγω του μεγάλου μεγέθους τους και της άμεσης επαφής με τους πελάτες, που τους δίνει τη δυνατότητα να «κατευθύνουν» τις πωλήσεις.

Όσον αφορά τους τελικούς καταναλωτές – πελάτες, αν και ο αριθμός τους είναι μεγάλος, γεγονός που θεωρητικά δηλώνει ότι η διαπραγματευτική δύναμη τους είναι περιορισμένη, εντούτοις, η δυνατότητα μεταφοράς της αγοραστικής τους προτίμησης σε ανταγωνιστές ασκεί πιέσεις για καλύτερες τιμές και ποιοτικότερα προϊόντα (Stochasis, Κλαδικές Στοχεύσεις, *Μελισσοκομία – Μέλι*, Οκτώβριος 2017).

➤ **Απειλή – Κίνδυνοι υποκατάστατων προϊόντων**

Όλες επιχειρήσεις ενός κλάδου ανταγωνίζονται με επιχειρήσεις άλλων κλάδων που παράγουν υποκατάστατα προϊόντα, τα οποία εξυπηρετούν παρόμοιες αγοραστικές ανάγκες με αυτές του εξεταζόμενου κλάδου. Όσο χαμηλότερη είναι, μάλιστα, η τιμή τους και ιδίως όταν η ποιότητα και η επίδοση τους δεν υστερεί από την αντίστοιχη των προϊόντων του κλάδου, τόσο μεγαλύτερη πίεση δύναται να ασκήσουν.

Ως υποκατάστατα προϊόντα μπορούν να θεωρηθούν όλα τα γλυκά προϊόντα, κατά συνέπεια υπάρχει σημαντικός ανταγωνισμός. Ειδικότερα, ως υποκατάστατα θεωρούνται μεταξύ άλλων η ζάχαρη, το πετιμέζι, η γλυκόζη, η μαρμελάδα, τα γλυκά του κουταλιού, οι σοκολάτες και τα γλυκά είδη επάλειψης. Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του μελιού έναντι των υποκατάστατων προϊόντων αποτελεί το γεγονός, ότι πρόκειται για ένα φυσικό προϊόν υψηλής βιολογικής αξίας, το οποίο ασκεί ευεργετική επίδραση στον ανθρώπινο οργανισμό καθώς και η διάρκεια συντήρησής του. Ο βαθμός υποκατάστασης των τυποποιημένων προϊόντων από τα χύμα είναι υψηλός, καθώς το μέλι πωλείται σε μεγάλο βαθμό από τους παραγωγούς απευθείας στους καταναλωτές (Stochasis, Κλαδικές Στοχεύσεις, *Μελισσοκομία – Μέλι*, Οκτώβριος 2017).

➤ **Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων του κλάδου**

Στην αγορά κυριαρχεί ένας μεγάλος παίκτης, ενώ η ένταση του ανταγωνισμού αυξάνεται μεταξύ των υπόλοιπων μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων κι εστιάζεται κυρίως στην τιμή διάθεσης, στις προσφορές και προωθητικές ενέργειες καθώς και στους όρους συνεργασίας με τα δίκτυα διανομής.

Θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν η λειτουργία των συνεταιρισμών που καλύπτουν σημαντικό τμήμα της αγοράς καθώς και η διάθεση των προϊόντων απευθείας από τους παραγωγούς. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, η ένταση του ανταγωνισμού αυξάνεται, λόγω την ύπαρξης αθέμιτου ανταγωνισμού.

3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες μελλοντικής ζήτησης

3.4.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης

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

- Οι οικονομικές συνθήκες
- Οι διατροφικές συνήθειες
- Η τουριστική κίνηση
- Οι δημογραφικές μεταβολές

Οι παράγοντες αυτοί αναλύονται παρακάτω:

Οι οικονομικές συνθήκες

Η οικονομική ύφεση έχει επηρεάσει σημαντικά το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών πράγμα που οδήγησε στη συρρίκνωση της ιδιωτικής κατανάλωσης, επηρεάζοντας και τα είδη διατροφής, όπως το μέλι.

Οι διατροφικές συνήθειες

Η ζήτηση μελιού επηρεάζεται από τις ευρύτερες καταναλωτικές προτιμήσεις για γλυκίσματα καθώς και από το αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών για προϊόντα υγιεινής διατροφής με υψηλή διατροφική αξία και θρεπτικά συστατικά. Θετικά στη ζήτηση για μέλι δρα το γεγονός, ότι αυτό αποτελεί βασικό συστατικό της παραδοσιακής

διατροφής των Ελλήνων καθώς και ότι θεωρείται φυσικό προϊόν που δεν έχει υποστεί αντίστοιχη επεξεργασία με τα προϊόντα ζάχαρης.

Το μέλι αποτελεί φυσικό ζαχαρώδες τρόφιμο από την αρχαιότητα και έχει ευεργετική επίδραση στην υγεία του ανθρώπου, καθώς και δυναμωτική και βακτηριοστατική δράση.

Ως φυσικό προϊόν μπορεί να καταναλωθεί σε καθημερινή βάση, στο πλαίσιο της μεσογειακής διατροφής.

Τουριστική κίνηση

Ο διεθνής τουρισμός επηρεάζει τη ζήτηση για μέλι καθώς αυξάνεται το δυνητικό καταναλωτικό κοινό, κυρίως όσον αφορά στη ζήτηση από καταστήματα του κλάδου HO.RE.CA. (π.χ. πρωινό σε ξενοδοχεία).

Δημογραφικές μεταβολές

Η συνεχιζόμενη μείωση του πληθυσμού, ως αποτέλεσμα της υπογεννητικότητας και της αύξησης του μεταναστευτικού ρεύματος τα τελευταία έτη, επηρεάζει την κατανάλωση του μελιού.

3.5 Το σχέδιο μάρκετινγκ

Σημαντικό τμήμα της μελέτης σκοπιμότητας είναι το Σχέδιο Μάρκετινγκ, μέσα από το οποίο μπορούμε να ανακαλύψουμε εάν το επενδυτικό σχέδιο θα έχει επιτυχή πορεία ή όχι. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει τις ειδικές στρατηγικές του Μάρκετινγκ, καθώς και τις δράσεις που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων της επένδυσης. Επομένως, το σχέδιο Μάρκετινγκ αναπτύσσεται μέσα στο πλαίσιο της γενικότερης στρατηγικής του επενδυτικού σχεδίου και περιλαμβάνει την Στρατηγική Διάσταση που αναφέρεται στην μακροπρόθεσμη διαχείριση του μάρκετινγκ και στην Λειτουργική Διάσταση που αναφέρεται στην βραχυπρόθεσμη.

3.5.1 Ανάλυση της στρατηγικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ

Προκειμένου η «Λύτρας Μελισσοκομική» να είναι σε θέση να διεκδικήσει μια ανταγωνιστική θέση μεταξύ των ήδη υπαρχόντων επιχειρήσεων, είναι αναγκαίο αρχικά να καθορίσει την αγορά στην οποία σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί, δηλαδή την αγορά – στόχο. Με τον τρόπο αυτό προσδιορίζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τμήματος αυτού της αγοράς και η νεοεισερχόμενη μονάδα μπορεί να εστιάσει με μεγαλύτερη λεπτομέρεια στις ανάγκες της. Παρά το γεγονός ότι η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στον νομό Αιτωλοακαρνανίας η ιδρύτρια της θα επιχειρήσει την επέκταση της εμπορικής της δραστηριότητας και στην υπόλοιπη Ελλάδα, καθώς αυτή η ενέργεια θα προσφέρει τη δυνατότητα κάλυψης μεγαλύτερου εύρους πελατείας. Η προσπάθεια διεύρυνσης της απευθυνόμενης αγοράς θα επικεντρωθεί κυρίως προς τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας, όπου εντοπίζονται μεγαλύτερες και περισσότερες δυνατότητες εισχώρησης.

Επιπρόσθετα, το μέγεθος της συγκεκριμένης αγοράς επιτρέπει στην επιχείρηση να καταστρώσει καλύτερα τη δράση της, οργανώνοντας πιο αποτελεσματικά τις λειτουργίες της, και τελικά να πετύχει πλήρη ανταπόκριση στις απαιτήσεις των δυνητικών πελατών.

Απαραίτητος, λοιπόν, κρίνεται ο καθαρισμός των βασικών στόχων του Μάρκετινγκ, οι οποίοι θα αποτελέσουν και τις κατευθυντήριες γραμμές για την υλοποίηση της μακροπρόθεσμης στρατηγικής της μονάδας.

Η στρατηγική Μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η υπό εξέταση επιχείρηση χαρακτηρίζεται από τα παρακάτω στοιχεία:

- Σταθερή τιμολογιακή πολιτική για τα πρώτα χρόνια, κι ύστερα, όταν εδραιωθεί στην αγορά θα κάνει μια μικρή αύξηση
- Μέγιστη ικανοποίηση και εξυπηρέτηση των πελατών

- Διείσδυση του προϊόντος σε επιλεγμένα καταστήματα, καλύπτοντας όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά όλη την έκταση της αγοράς-στόχου.
- Εδραίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών για την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων.
- Εφαρμογή συστήματος ISO στοχεύοντας σε συνεχή βελτίωση και διατήρηση της διαδικασίας παραγωγής και των εγκαταστάσεων σε υψηλά επίπεδα.

3.5.2 Ανάλυση της λειτουργικής διάστασης του σχεδίου Μάρκετινγκ

Είναι πολύ σημαντικό, τα εργαλεία που αποτελούν το μίγμα του Μάρκετινγκ (marketing mix) να συνδυαστούν σωστά, καθώς αυτό είναι καθοριστικό για την επίτευξη των στόχων του επενδυτικού σχεδίου. Οι βασικές στρατηγικές και οι αντίστοιχες δράσεις που θα επιτρέψουν στην επιχείρηση να τοποθετηθεί αποτελεσματικά σε μια δεδομένη αγορά-στόχο, μπορούν να περιγραφούν με ακρίβεια μέσω της ανάλυσης των Τεσσάρων P (Παπαδάκης Β., Στρατηγική των Επιχειρήσεων, 2018).

- Product (Προϊόν)

Βασική δραστηριότητα της επιχείρησης θα αποτελέσει η παραγωγή, επεξεργασία και τυποποίηση βιολογικού μελιού, το οποίο στη συνέχεια, θα συσκευάζεται και θα διατίθεται προς κατανάλωση. Εφόσον, λοιπόν πρόκειται για ένα προϊόν το οποίο εντάσσεται στην ευρύτερη κατηγορία των συσκευασμένων τροφίμων, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση τόσο στις ποιοτικές προδιαγραφές, όσο και στην καλύτερη δυνατή προβολή του, ώστε να κερδίσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού.

➤ Price (Τιμή)

Η απόφαση για τα επίπεδα των τιμών είναι σημαντική τόσο για την στρατηγική του επενδυτικού σχεδίου, όσο και για την μακροπρόθεσμη στρατηγική του Μάρκετινγκ. Κατά συνέπεια, για να σχεδιαστεί πολύ προσεχτικά η τιμολογιακή πολιτική θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν όλοι εκείνοι οι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες που σχετίζονται με τη λειτουργία της επιχείρησης.

Δεδομένου ότι η επιχείρηση θα παράγει και θα διαθέτει προς πώληση βιολογικό μέλι, της δίνεται το περιθώριο να εφαρμόσει σχετικά υψηλές τιμές, οι οποίες θα δικαιολογούνται από την ποιοτική ανωτερότητα των προϊόντων της σε σύγκριση με εκείνα των ανταγωνιστών. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί, ότι η τιμολογιακή της πολιτική θα επηρεαστεί από την εκτίμηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των δυνητικών πελατών κι επιπλέον από τις ισχύουσες συνθήκες του ευρύτερου οικονομικού κλίματος.

Λαμβάνοντας υπόψιν όλες τις ανωτέρω παραμέτρους, η «Λύτρας Μελισσοκομική» στοχεύει σε μια αρκετά ελκυστική τιμολογιακή πολιτική, η οποία σε συνδυασμό με την υψηλή ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος θα της δώσει τη δυνατότητα να κατακτήσει το επιθυμητό μερίδιο αγοράς. Έτσι, θα πετύχει την πραγματοποίηση των προβλεπόμενων κερδών, διαθέτοντας παράλληλα το προϊόν της σε ανταγωνιστικές τιμές. Τέλος, σημειώνεται, ότι η τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας δεν επηρεάζεται από εποχιακές διακυμάνσεις, αλλά μπορούν περιοδικά να χορηγούνται κάποιες προσφορές ανάλογα με το μέγεθος της παραγγελίας.

➤ Promotion (Πρώθηση)

Για να κατορθώσει η «Λύτρας Μελισσοκομική» να εισέλθει δυναμικά στην επιλεγμένη αγορά-στόχο, εκπληρώνοντας παράλληλα τους βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στρατηγικούς της στόχους, απαιτείται οργανωμένη και εντατική προσπάθεια πρώθησης της επωνυμίας της εταιρείας. Η επώνυμη ζήτηση είναι αναγκαία για τη διαφοροποίηση του προϊόντος και αυτή, με τη σειρά της, επιτρέπει τη δημιουργία ενός σταθερού καταναλωτικού κοινού.

Η επιχείρηση θα επιδιώξει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην προσπάθεια ενίσχυσης της φήμης της, τόσο μεταξύ των ενδιάμεσων αγοραστών, όσο και μεταξύ των τελικών καταναλωτών. Οι προσπάθειες αυτές θα στοχεύουν στην ενεργοποίηση της αναγνώρισης του προϊόντος για το προϊόν και την εταιρεία, και την επερχόμενη δοκιμαστική αγορά και τελικά την αγορά του προϊόντος.

Επιπρόσθετα, τα σύστημα των δημόσιων σχέσεων που σκοπεύει να εφαρμόσει η επιχείρηση στοχεύει στην ανάπτυξη επαφών με πρόσωπα που κατέχουν σημαντικές θέσεις κι έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν την πορεία των προϊόντων της στην αγορά. Η ίδια η ιδρύτρια της εταιρείας μαζί με τον υπεύθυνο του τμήματος Μάρκετινγκ θα πραγματοποιήσουν αρχικά αυτές τις επαφές και θα κάνουν προσωπικές πωλήσεις. Η προσωπική πώληση είναι αρκετά σημαντικό μέσο προώθησης των προϊόντων της εταιρείας, καθώς στόχος της «Λύτρας Μελισσοκομικής» είναι η κατάκτηση ενός τμήματος της τοπικής αγοράς αλλά και της εθνικής.

➤ Place (Διανομή)

Η διαδικασία της διανομής περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που πρέπει να πραγματοποιηθούν, έτσι ώστε το προϊόν να φτάσει από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή. Η διαδικασία αυτή χαρακτηρίζεται από περιπλοκότητα και απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή κατά την συγγραφή κάθε επενδυτικού σχεδίου, για να εξασφαλίζεται ότι τα προϊόντα θα παραδίδονται στον τόπο που έχει καθοριστεί.

Όσον αφορά στην επιλογή των επιμέρους σημείων λιανικής πώλησης, από όπου οι τελικοί καταναλωτές θα μπορούν στη συνέχεια να προμηθευτούν τα εν λόγω προϊόντα, η «Λύτρας Μελισσοκομική» έχει ως στόχο να αναπτύξει ένα μεγάλο εύρος διανομής το οποίο θα καλύπτει πλήθος καταστημάτων στην αγορά της Ελλάδας, τα οποία περιλαμβάνουν αλυσίδες Σούπερ Μάρκετ, παντοπωλεία, καταστήματα τοπικών προϊόντων, καθώς και Delicatessen. Σχετικά με την φυσική διανομή, δηλαδή τα θέματα εφοδιαστικής, αυτή τη δραστηριότητα σκοπεύει να την αναθέσει σε αρμόδια εταιρεία Logistics. Αυτή η εταιρεία, θα αναλάβει τη μεταφορά των προϊόντων από τη μονάδα παραγωγής στα επιλεγμένα σημεία λιανικής πώλησης απ' όπου οι καταναλωτές θα δύναται να προμηθευτούν τα προϊόντα. Αυτός ο τρόπος μεταφοράς επιλέχθηκε διότι το κόστος συντήρησης οχημάτων, το υψηλό κόστος αποθήκευσης καθώς και η διατήρηση του αντίστοιχου προσωπικού είναι απαγορευτικά για την μονάδα. Αντίθετα, οι εταιρίες

Logistics έχουν τη δυνατότητα να διανέμουν ταυτόχρονα τα προϊόντα πολλών διαφορετικών επιχειρήσεων, μειώνοντας έτσι το κόστος μεταφοράς, έχοντας εξειδικευμένο προσωπικό με εμπειρία στους χρόνους παράδοσης των προϊόντων συμβάλλοντας στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

Ωστόσο, η εταιρεία θα αγοράσει ένα φορτηγό για να μπορεί να εξυπηρετεί κάποιες εσωτερικές μεταφορές της αλλά και για να έχει τη δυνατότητα να καλύψει μια επείγουσα ή έκτακτη παραγγελία που πιθανόν να προκύψει.

Παρακάτω παρουσιάζεται ένας προϋπολογισμός εκτίμησης των εξόδων μάρκετινγκ, τα οποία θα συμπεριληφθούν στα Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής, τα οποία αναλύονται επίσης και στο Κεφάλαιο 6. Εκτιμάται, ότι η εταιρεία θα πραγματοποιήσει έξοδα 5.000 ευρώ τον πρώτο χρόνο και 4.500 ευρώ τον δεύτερο χρόνο, τα οποία θα παραμείνουν σταθερά για τα επόμενα χρόνια. Τα συγκεκριμένα έξοδα σχετίζονται με τα ταξίδια και τις επικοινωνίες που στοχεύουν στην εύρεση πελατών και την προώθηση των προϊόντων.

Πίνακας Πρόβλεψης Εξόδων Μάρκετινγκ

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής	5.000,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00

Τέλος, θα πραγματοποιηθεί και μια εκτίμηση του προϋπολογισμού των πωλήσεων η οποία αναλύεται μαζί με τις εισπράξεις στο Κεφάλαιο 9. Εκτιμάται ότι η εταιρεία θα πραγματοποιεί πωλήσεις περίπου 13.000 κιλά το χρόνο σε ισόποσα βαζάκια του μισού (0,5) κιλού και του ενός (1) κιλού κι ύστερα από μια τετραετία που θα έχει καταφέρει μια επιτυχημένη πορεία έχοντας κερδίσει και την εμπιστοσύνη των πελατών, θα αυξήσει την τιμή, πουλώντας 8 ευρώ το μισό κιλό μέλι και 16 ευρώ το 1 κιλό.

Πίνακας Πρόβλεψης Ετήσιων Πωλήσεων

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Πωλήσεις	169.000	169.000	169.000	169.000	208.000	208.000	208.000	208.000

4. Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

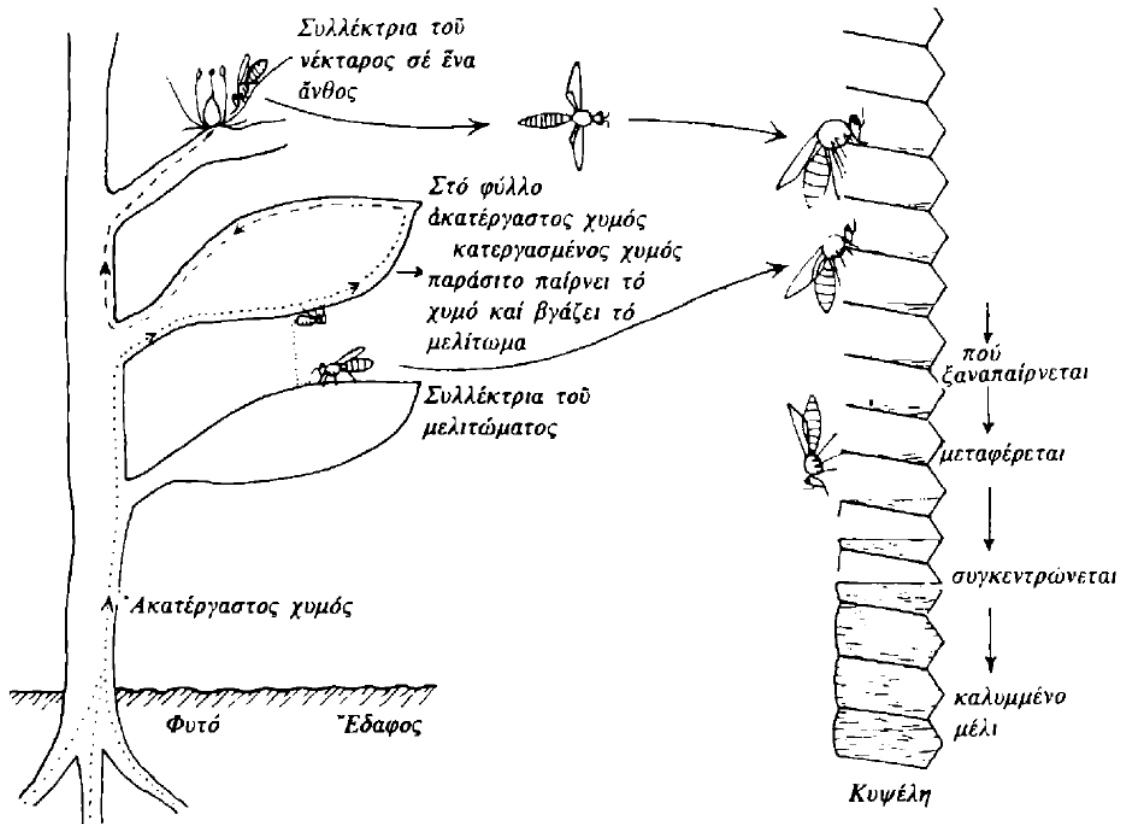
4.1 Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών

Κύρια πρώτη ύλη της παραγωγικής διαδικασίας θα αποτελέσει το ακατέργαστο μέλι το οποίο θα παράγει η ίδια η επιχείρηση, οπότε δεν θα χρειάζεται να αγοράζει την πρώτη ύλη από κάπου αλλού.

Στο Κεφάλαιο 2 έχει γίνει ήδη αναφορά για το τι είναι μέλι, τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα και τις κατηγορίες στις οποίες διακρίνεται. Το μέλι λοιπόν, προέρχεται από τα φυτά μέσω των μελισσών. Ο κατεργασμένος χυμός που είναι η πρώτη ύλη του μελιού βγαίνει από τον τρίτο χιτώνα (που συγκρατεί το φλοιό του δέντρου), όπου υπάρχει με 2 τρόπους:

- Σε νεκτάρια που κάνουν το νέκταρ
- Σε έντομα που κεντρίζουν και εκμυζούν, τα οποία βγάζουν μελίτωμα.

Ο κατεργασμένος χυμός απορροφάται από τα παράσιτα, περνάει στο πεπτικό τους σύστημα και σχηματίζεται το μελίτωμα. Τα όργανα των παρασίτων απορροφούν τα απαραίτητα στοιχεία για το έντομο, πράγμα που αντιπροσωπεύει το 10% της ζάχαρης που υπάρχει στον χυμό. Αυτό που περισσεύει βγαίνει σε σχήμα σταγονιδίων μελιτώματος που οι μέλισσες αποζυμούν από το σώμα των παρασίτων ή πάνω στα φύλλα όπου πέφτει το μελίτωμα (Pierre JEAN-PROST, Μελισσοκομία, Αθήνα 1980). Η προέλευση του μελιού περιγράφεται και στην παρακάτω εικόνα:



Πηγή: Pierre JEAN-PROST, Μελισσοκομία, Αθήνα 1980

Οι συλλέκτριες για να υγροποιήσουν το νέκταρ και το μελίτωμα που συλλέγουν, προσθέτουν σάλιο και στη συνέχεια τα μεταφέρουν στις κυψέλες, όπου τα μοιράζουν στις εργάτριες και στους κηφίνες που βρίσκονται στο εσωτερικό της κυψέλης. Το μελίτωμα και το νέκταρ περνούν μια διεργασία αφού το επεξεργάζονται οι μέλισσες, κάθε μια από τις οποίες προσθέτει σάλιο, το οποίο μεταβάλλει το ζάχαρο. Αφού τοποθετηθεί στα κελιά, το μέλι συγκεντρώνεται, προστατεύεται και μετασχηματίζεται (Pierre JEAN-PROST, Μελισσοκομία, Αθήνα 1980).

Τα κύρια γνωρίσματα που χαρακτηρίζουν το μέλι είναι το άρωμα και η γεύση, τα οποία ποικίλουν ανάλογα με τα συγκεκριμένο είδος. Χαρακτηριστικό της προέλευσής του, είναι το χρώμα του, το οποίο θεωρείται ένα από τα κύρια κριτήρια ποιότητας που επηρεάζει την προτίμηση του καταναλωτή. Οι σκουρόχρωμες ποικιλίες μελιού είναι πλούσιες σε ιχνοστοιχεία και συνεπώς έχουν υψηλή θρεπτική αξία, ενώ οι ανοιχτόχρωμες έχουν ωραίο

χρώμα και γεύση.

Το παραγόμενο μέλι διακρίνεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες, το μέλι ανθέων και το μέλι μελιτώματος και παρακάτω θα αναλυθούν τα διαφορετικά χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητές τους.

➤ Το μέλι ανθέων διακρίνεται στις ακόλουθες υποκατηγορίες:

- **Θυμαρίσιο:** το θυμάρι φυτρώνει σε ξηρά και πετρώδη εδάφη και δίνει ένα εξαιρετικά αρωματικό μέλι με μεγάλη διατροφική αξία. Αυτό το κατατάσσει στις καλύτερες ποικιλίες μελιού παγκοσμίως. Η διάρκεια κρυστάλλωσής του κυμαίνεται σε 6 με 18 μήνες από την ημέρα παραγωγής του.
- **Καστανιάς:** η καστανιά συμβάλλει στην παραγωγή ενός αρκετά ξεχωριστού και δυναμωτικού μελιού. Έχει έντονο, σκούρο, κεχριμπαρένιο χρώμα κι έντονη μυρωδιά που είναι αρεστή και γεύση ελάχιστα πικρή. Η κρυστάλλωσή του γίνεται με αργό ρυθμό, σ' ένα με δύο χρόνια.
- **Πορτοκαλιάς:** το μέλι των εσπεριδοειδών σε συνδυασμό με το μέλι των άλλων οπωροφόρων αποτελεί το 25% του συνόλου της ελληνικής παραγωγής. Είναι ιδιαίτερα αρωματικό, ανοιχτόχρωμο κι έχει εξαιρετική γεύση. Όσον αφορά την κρυστάλλωσή του, αυτή επιτυγχάνεται σύντομα, σ' ένα με δύο μήνες.
- **Ερείκης:** η ερείκη λόγω της πληθώρας των λουλουδιών της, δίνει αρωματικό μέλι, σκουρόχρωμο. Περιέχει άφθονη γύρη που βοηθά τα ταλαιπωρημένα μελίσσια να αναπτυχθούν πιο γρήγορα. Έχει έντονη οσμή και γεύση και πικρίζει ελαφρώς. Κρυσταλλώνει από ένα έως τρεις μήνες. Θεωρείται προϊόν με υψηλή θρεπτική αξία.
- **Βαμβακιού:** ανοιχτόχρωμο μέλι που αποκτά λευκές αποχρώσεις μετά την κρυστάλλωσή του που γίνεται σε 1 με 3 μήνες. Είναι πλούσιο σε υπεροξειδίο του υδρογόνου γι' αυτό κι έχει υψηλή βακτηριοκτόνο δράση.

- **Ηλίανθου:** είναι ανοιχτόχρωμο μέλι, κρυσταλλώνει σε ένα με δύο μήνες και στην κρυσταλλική του μορφή είναι κιτρινωπό. Στην κρυσταλλική του μορφή είναι κιτρινωπό. Είναι πλούσιο σε πολυφαινόλες με ισχυρή αντιοξειδωτική δράση.

- **Πολυκόμβου:** είναι μέλι σκούρο σε χρώμα, σχεδόν μαύρο. Κρυσταλλώνει γρήγορα, έχει έντονη γεύση που δεν αρέσει ιδιαίτερα και για το λόγο αυτό δεν συναντάται ως αμιγές μέλι στην ελληνική αγορά. Είναι πλούσιο σε ένζυμα και προσφέρεται για ανάμιξη μ' άλλα είδη μελιού.

- **Το μέλι μελιτώματος χωρίζεται στις ακόλουθες 2 υποκατηγορίες:**
 - **Πευκόμελο:** χρωματικώς είναι σχεδόν κόκκινο-καφέ κι έχει πικάντικο άρωμα. Η γεύση του είναι ξυλώδης, θυμίζει καραμέλα, όμως δεν είναι ιδιαίτερα γλυκό. Είναι πλούσιο σε μέταλλα και δεν κρυσταλλώνει γρήγορα.

 - **Ελάτης:** αποτελεί μία από τις καλύτερες και ακριβότερες κατηγορίες μελιού που παράγεται στη χώρα μας και ξεχωρίζει για την χαρακτηριστική του εμφάνιση αφού είναι ιδιαίτερα πυκνόρρευστο. Έχει γεύση που αρέσει και στον πιο απαιτητικό καταναλωτή. Διατηρεί τη ρευστότητά του.

4.1.1 Βοηθητικές ύλες

Η συγκεκριμένη επιχείρηση για να μπορέσει να λειτουργήσει ωστόσο, χρειάζεται να διερευνήσει τις βοηθητικές ύλες που είναι απαραίτητες και θα συμβάλλουν σημαντικά στην παραγωγή του μελιού, όπως για παράδειγμα είναι οι στολές εργασίας, τα είδη συσκευασίας, τα ανταλλακτικά του εξοπλισμού, τα χημικά αναλώσιμα και τα υλικά συσκευασίας. Παρακάτω θα αναλύσουμε την χρησιμότητα για κάθε ένα από αυτά.

- **Στολές εργασίας:** οι φόρμες, τα καλύμματα του κεφαλιού και τα γάντια είναι απαραίτητα για την ασφάλεια των εργαζομένων όσο βρίσκονται στο χώρο της παραγωγής. Ως υλικά δεν σχετίζονται άμεσα με την παραγωγική διαδικασία, όμως είναι απαραίτητος ο εφοδιασμός των εργαζομένων με αυτά. Η μελισσοκομική μάσκα προστατεύει τα μάτια, τη μύτη, τα αυτιά, το στόμα, δηλαδή όλα τα ευαίσθητα όργανα που αν τσιμπηθούν θα είναι

ιδιαίτερα επώδυνο. Η μάσκα επιταχύνει τις εργασίες του μελισσοκόμου όταν αισθάνεται ότι το πρόσωπό του είναι ασφαλές.

- **Ανταλλακτικά:** Προβλέπεται ότι ο μηχανολογικός εξοπλισμός θα πρέπει να αντικατασταθεί μετά από κάποιο χρονικό διάστημα. Για το λόγο αυτό, κρίνεται σκόπιμη η διάθεση κάποιων ανταλλακτικών, βασικών για την παραγωγική διαδικασία, προκειμένου να είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε κάθε ενδεχόμενη δυσλειτουργία του εξοπλισμού και να μην καθυστερήσει αυτό το γεγονός την παραγωγή. Τη διαθεσιμότητα των απαιτούμενων ανταλλακτικών, όπως και τη συντήρηση αυτών προβλέπεται να αναλάβει η εξειδικευμένη εταιρεία προμήθειας του εν λόγω εξοπλισμού.
- **Χημικά αναλώσιμα:** Για την διασφάλιση της υγιεινής του χώρου εγκατάστασης και ταυτόχρονα της υγείας των εργαζομένων, η υπό εξέταση επιχείρηση προβλέπει την επαρκή διάθεση απορρυπαντικών και απολυμαντικών ουσιών, διευκολύνοντας με τον τρόπο αυτό την εργασία καθώς και την καθαριότητα και απολύμανση του χώρου και του προσωπικού.
- **Υλικά συσκευασίας:** Το μέλι στο τελευταίο στάδιο της παραγωγής του υπόκειται σε συσκευασία και η επιλογή συσκευασίας καλό είναι να χαρακτηρίζεται από ανθεκτικότητα, υψηλή ποιότητα και εργονομία, όπως είναι το γυαλί ή το μέταλλο, υλικά τα οποία θα προτιμηθούν.

4.1.2 Εφόδια της παραγωγικής μονάδας

Η υπό μελέτη παραγωγική μονάδα θα πρέπει να εφοδιαστεί με μια καινούρια παροχή ύδρευσης που να έχει τις προαπαιτούμενες προδιαγραφές για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες μας καθώς επίσης και με έναν πάροχο ηλεκτρικής ενέργειας που θα είναι αξιόπιστος και οικονομικός ταυτόχρονα, διότι όλα τα μηχανήματά που θα αναλυθούν παρακάτω θα λειτουργούν με ρεύμα και συνεπώς θα έχουμε μεγάλη κατανάλωση.

- **Νερό:** Το νερό αποτελεί πολύ βασικό παράγοντα, διότι χρησιμοποιείται τόσο στην παραγωγική διαδικασία, όσο και για βοηθητικές χρήσεις για αυτό και διαδραματίζει

σημαντικό ρόλο στο κόστος, καθώς επίσης και στην τοποθεσία της παραγωγής.

- Ηλεκτρική ενέργεια: Ο πάροχος που θα επιλεγεί δεν θα είναι η ΔΕΗ διότι πολλές εταιρίες και αρκετά αξιόπιστες όπως Eipredison, Πρωτέργεια, Ήρων κ.λ.π. ανήκουν σε μεγάλους ομίλους εταιριών και παρέχουν αρκετά ανταγωνιστικές τιμές.

4.2 Περιγραφή δεδομένων επιλογής πρώτων υλών και εφοδίων

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και παραπάνω, με την υλοποίηση της επένδυσης η επιχείρηση στοχεύει στην ίδρυση μιας μονάδας, η οποία θα παράγει υψηλής ποιότητας, βιολογικό τυποποιημένο μέλι. Ωστόσο, οι ιδιότητες του μελιού το καθιστούν ιδιαίτερα ιδιόμορφο ως πρώτη ύλη και για το λόγο αυτό θα πρέπει να γίνει πολύ προσεκτική επιλογή των ειδών που θα αποτελέσουν το μίγμα του τελικού προϊόντος.

Η κυριότερη αιτία κρυστάλλωσης του μελιού είναι η υψηλή περιεκτικότητα του σε γλυκόζη κάτι το οποίο σημαίνει ότι μέλια των οποίων η σύνθεση είναι κρυσταλλώσιμη θα πρέπει να αναμιχθούν με άλλα μη κρυσταλλώσιμης σύνθεσης σε κατάλληλη αναλογία, ώστε το μίγμα να περιέχει περίπου 30% γλυκόζη. Δεδομένης, λοιπόν, αυτής της ιδιομορφίας της πρώτης ύλης, η εν λόγω επιχείρηση σκοπεύει να χρησιμοποιήσει τα δύο είδη μελιού που έχουν προαναφερθεί στις ακόλουθες αναλογίες και ανεξάρτητα από αυτά η εταιρεία θα λάβει υπόψιν της την γεύση, το άρωμα, το χρώμα και την περιοχή προέλευσης, ώστε να πετύχει έναν τέλειο συνδυασμό ποιότητας και τιμής :

- Ελατίσιο: 70%
- Ανθόμελο: 30%

Επιπλέον, όσον αφορά τα εφόδια του εργοστασίου, εκτός από τις παροχές νερού και ρεύματος που ήδη αναλύθηκαν, συμπεριλαμβάνεται και ο πάγιος εξοπλισμός, που θα αναλυθεί σε ξεχωριστό κεφάλαιο παρακάτω, διότι θα πρέπει να γίνει σύγκριση τιμών και ποιότητας με διαφορετικούς εξοπλισμούς που υπάρχουν στην αγορά, με σκοπό να αγοραστεί ο πιο κατάλληλος.

Τέλος, αναφορικά με τις βοηθητικές ύλες που είναι κατά κύριο λόγο τα ανταλλακτικά του εξοπλισμού, οι στολές της εργασίας, τα υλικά συσκευασίας και τα χημικά αναλώσιμα, θα επιδιωχθεί να δημιουργηθούν πολύ καλές και μακροχρόνιες σχέσεις με κάποιους προμηθευτές, οι οποίοι θα παρέχουν στην εταιρεία καλές τιμές, άμεση εξυπηρέτηση και αξιόπιστα εμπορεύματα.

4.3 Διαθεσιμότητα και προμήθεια

4.3.1 Απαιτούμενες ποσότητες εισροών

Προκειμένου να υπολογιστεί το ύψος των αναγκαίων εισροών, επιβάλλεται να ληφθούν υπόψη τόσο το επιθυμητό επίπεδο παραγωγής, όσο και η εφικτή δυναμικότητα της μονάδας, η οποία εξαρτάται από διάφορους μηχανολογικούς παράγοντες που αναλύονται σε επόμενο κεφάλαιο (Κεφάλαιο 5).

Υπολογίζεται ότι για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης θα χρειαστούν 10.000 γυάλινα βάζα των 500 γραμμαρίων και 5.000 γυάλινα βάζα του ενός κιλού, τα οποία θεωρείται ότι επαρκούν για την ικανοποίηση των αναγκών και της ζήτησης για το πρώτο έτος και φυσικά για λόγους διατήρησης αποθέματος της τάξης του 5% για το επόμενο έτος. Ακόμη, κρίνεται αναγκαίο να προμηθευτούμε και ανάλογο αριθμό ετικετών και υλικών συσκευασίας για τα προϊόντα μας.

Σχετικά με τα υπόλοιπα εφόδια της μονάδας, η κατανάλωση υπολογίζεται σε ετήσια βάση ως ακολούθως:

- Ηλεκτρική ενέργεια: 200.000 Kwh.
- Νερό: 1.000 Κυβικά.
- Ανταλλακτικά: απαραίτητες ποσότητες εξαρτημάτων για τα μηχανήματα επεξεργασίας και τυποποίησης, ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες της παραγωγικής διαδικασίας.

- Χημικά αναλώσιμα: 1.000 λίτρα απορρυπαντικών–απολυμαντικών.

- Στολές εργασίας: 10 τεμάχια φόρμες μαζί με καλύμματα για το κεφάλι και 100 γάντια διότι καταστρέφονται πιο γρήγορα. Γενικά, είναι προτιμότερο να υπάρχει πλεόνασμα στις στολές και επιπλέον όσο πιο μεγάλη ποσότητα αγοραστεί τόσο καλύτερη τιμή θα επιτευχθεί.

Η πιο κατάλληλη φόρμα για τον μελισσοκόμο είναι αυτή που καλύπτει ολόκληρο το σώμα, είναι κατασκευασμένη από βαμβακερό λευκό ύφασμα και κλείνει καλά με κάποιο φερμουάρ. Συνίσταται μια καλή φόρμα να συνδυάζεται με άρβυλα ή μπότες που καλύπτουν τους αστραγάλους, για καλύτερη προφύλαξη από τις μέλισσες, τα αγκάθια αλλά και άλλα ζώα.

Τα γάντια είναι κατασκευασμένα από μαλακό κατσικίσιο δέρμα που καλύπτει την παλάμη καθώς και από χονδρό ύφασμα που καλύπτει το υπόλοιπο χέρι μέχρι τον αγκώνα.

4.3.2 Διαθεσιμότητα υλικών

Η δυνατότητα εφοδιασμού της μονάδας με τις απαραίτητες πρώτες ύλες για την παρασκευή των τελικών προϊόντων, καθώς και η δυνατότητα προμήθειας των υπόλοιπων εφοδίων που συμμετέχουν στην παραγωγή, αποτελούν αποφασιστικό παράγοντα για τον καθαρισμό της βιωσιμότητας του επενδυτικού σχεδίου. Συνεπώς, η εξασφάλιση της διαθεσιμότητας των χρησιμοποιούμενων υλικών, σε ποσότητες τέτοιες που να είναι ικανές να καλύψουν τη δυναμικότητα του εργοστασίου, συνιστά κρίσιμο παράγοντα για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Σύμφωνα, λοιπόν, με την εξέταση της εγχώριας παραγωγής μελιού, η εξασφάλιση των απαιτούμενων εισροών δεν πρόκειται να αποτελέσει πρόβλημα εφόσον τα μεγέθη των διατιθέμενων ποσοτήτων είναι τέτοια που υπερκαλύπτουν το σύνολο των επαγγελματικών τυποποιητηρίων, χωρίς αυτά να εξαντλούνται.

Σχετικά με τη δυνατότητα εφοδιασμού των υλικών συσκευασίας και γενικά όλων των βοηθητικών υλικών η επιχείρηση έχει ήδη έρθει σε επαφή με αρμόδιους προμηθευτές και έχει να επιλέξει μεταξύ αρκετών εναλλακτικών προσφορών που κρίνονται εξίσου συμφέρουσες και ποιοτικές. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω θα επιδιώξει να επιτύχει μια μακροχρόνια συνεργασία μέσω συμβολαίου, ώστε να εξασφαλίσει αυτές τις συμφέρουσες τιμές σε μακροχρόνιο επίπεδο.

Ολοκληρώνοντας, σχετικά με την διαθεσιμότητα των υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, τα συγκεκριμένα εφόδια διατίθενται σε απεριόριστες ποσότητες και σε δεδομένες τιμές, επομένως η εξασφάλιση τους στις απαιτούμενες ποσότητες δεν προβλέπεται να αποτελέσει πρόβλημα.

4.4 Πρόγραμμα προμηθειών

4.4.1 Μάρκετινγκ προμηθειών

Μια επιχείρηση για να προμηθευτεί πρώτες ύλες και άλλα εφόδια, ενεργεί ως αγοραστής, επομένως θα πρέπει να αναπτύσσονται σχέσεις με τους προμηθευτές, έτσι ώστε η επιχείρηση να αποκτά διαπραγματευτική δύναμη. Το μάρκετινγκ προμηθειών θα πρέπει να σχεδιάζεται τόσο για τις αρχικές προμήθειες μιας νέα μονάδας όσο και για τις προμήθειες που θα χρειάζεται κατά τη συνεχή λειτουργία της (Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σ. Καρβούνης, 2016). Οι στόχοι του Μάρκετινγκ Προμηθειών είναι:

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

4.4.2 Πρόγραμμα προμηθειών

Ο σκοπός του προγράμματος προμηθειών είναι να εξασφαλιστεί η προμήθεια των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων. Το πρόγραμμα προμηθειών που σκοπεύει να εφαρμόσει η επιχείρηση στοχεύει στην άμεση ανταπόκριση τόσο στις καθορισμένες

απαιτήσεις σε εισροές, όσο και στους οργανωτικούς περιορισμούς.

Η επιλογή των κατάλληλων προμηθευτών, οι οποίοι θα προμηθεύουν σταθερά την μονάδα θα έχουν συγκεκριμένο συμβόλαιο στο οποίο θα αναφέρονται οι τιμές και οι όροι πληρωμής, ώστε να διασφαλίζεται η επιχείρηση και να δημιουργήσει πιο σταθερούς δεσμούς. Επομένως, θέτονται τα ακόλουθα κριτήρια κατά τα οποία θα επιλέγονται οι προμηθευτές:

- ο Φερεγγυότητα: Οι παραγγελίες θα πρέπει να εκτελούνται σύμφωνα με τον προκαθορισμένο χρόνο, στην ποιότητα και στην ποσότητα που έχουν συμφωνηθεί. Η τήρηση αυτού του κριτηρίου είναι ιδιαίτερα σημαντική προκειμένου να διατηρείται σταθερή η ροή της παραγωγικής διαδικασίας.
- ο Τιμολόγηση: Οι τιμές πρέπει να κυμαίνονται στις προσυμφωνημένες τιμές και όχι με απόκλιση μεγαλύτερη του 10%, ώστε να μπορεί η επιχείρηση να προϋπολογίσει και τις αντίστοιχες τιμές πώλησης των προϊόντων της. Επιπλέον, οι προκαθορισμένες τιμές αγοράς στις νέες εταιρείες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για την επιβίωσή τους.
- ο Ευελιξία: Σημαντικό κριτήριο για την επιλογή του προμηθευτή αποτελεί η ικανότητα του να ανταπεξέρχεται σε ενδεχόμενη αδυναμία τήρησης του προγράμματος παραδόσεων. Επίσης, πολύ σημαντική είναι η δυνατότητα έγκαιρης ανταπόκρισης του σε έκτακτες παραγγελίες που ίσως προκύψουν.
- ο Συνεχής βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών.

4.5 Υπολογισμός του κόστους βοηθητικών υλών και άλλων εφοδίων

Στην εν λόγω προμελέτη, το μέλι θα παράγεται από την ίδια την εταιρεία, οπότε το κόστος αγοράς έτοιμου μελιού δεν λαμβάνεται υπόψη αλλά λαμβάνονται υπόψη όλα εκείνα τα εφόδια και οι βοηθητικές ύλες που έχουν κριθεί αναγκαία για την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος. Όσον αφορά στο ετήσιο κόστος όλων των επιμέρους εισροών συμπεριλαμβάνοντας τις μέσες τιμές των προμηθειών με βάση την αγορά σήμερα για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της, υπολογίζεται ότι θα ανέλθει στα 8.350 ευρώ.

No.	Βοηθητικές Ύλες	Μονάδες	Μέση τιμή/ μονάδα	Κόστος++
1	Στολές με καλύμματα κεφαλιού	10 MON	20 ΕΥΡΩ	200 ΕΥΡΩ
2	Γάντια ειδικά	100 MON	1 ΕΥΡΩ	100 ΕΥΡΩ
3	Βάζα γυάλινα 500 γρ.	10.000 MON	0,20 ΕΥΡΩ	2.000 ΕΥΡΩ
4	Βάζα γυάλινα 1Κιλ.	5.000 MON	0,40 ΕΥΡΩ	2.000 ΕΥΡΩ
5	Ετικέτες	15.000 MON	0,07 ΕΥΡΩ	1.050 ΕΥΡΩ
6	Ρεύμα	20.000 ΚΩΗ	0,10 ΕΥΡΩ	2000 ΕΥΡΩ
7	ΕΥΔΑΠ	1.000 ΚΥΒΙΚΑ	1 ΕΥΡΩ	1.000 ΕΥΡΩ
	ΣΥΝΟΛΟ			8.350 ΕΥΡΩ

Παρακάτω παρατίθεται ένας πίνακας προϋπολογισμού των βοηθητικών υλών και εφοδίων για την οκταετία.

Πίνακας προϋπολογισμού βοηθητικών υλών και εφοδίων

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Βοηθητικές ύλες και εφόδια	8.350,00	8.350,00	10.020,00	10.020,00	12.024,00	12.024,00	14.429,00	14.429,00

5. Μηχανολογικά και Τεχνολογία

5.1 Ανάλυση της παραγωγικής διαδικασίας

Η δυναμικότητα της μελισσοκομικής επιχείρησης υπολογίζεται στα 1000 μελίσσια. Σύμφωνα με αυτή τη δυναμικότητα θα υπολογιστούν και τα στοιχεία που θα αποτελέσουν τον μηχανολογικό εξοπλισμό της επιχείρησης και τα οποία θα αναλυθούν παρακάτω σε όρους ποσότητας και κόστους.

Οι μέλισσες συλλέγουν από τα ζωντανά μέρη των φυτών το νέκταρ και τα μελιτώματα (εκκρίσεις εντόμων), τα μεταφέρουν στην κυψέλη τους, τα μεταποιούν, τα εμπλουτίζουν με δικές τους ουσίες και τα αποθηκεύουν στις κηρήθρες τους, μέχρι να ωριμάσουν και να μετατραπούν στο τρόφιμο που ονομάζουμε μέλι.

Για να γίνει η μετατροπή του νέκταρος και των γλυκών εκκριμάτων που συλλέγει η μέλισσα σε μέλι, ακολουθούν κάποιες κατεργασίες, όπως η χημική αλλαγή των σακχάρων, η απομάκρυνση ενός μεγάλου ποσοστού νερού και η προσθήκη ουσιών από τις μέλισσες (εμπλουτισμός). Το νέκταρ που συλλέγει η μέλισσα το επεξεργάζεται στο «μελισσοστομάχι» της με τη βοήθεια διάφορων ενζύμων. Ωστόσο, η κύρια επεξεργασία πραγματοποιείται μέσα στην κυψέλη από τις οικιακές (νεαρές) μέλισσες. Οι νεαρές μέλισσες, λοιπόν, επεξεργάζονται μέσα στα στοματικά μόρια τους και μέσα στα ανοιχτά κελιά το νέκταρ και τα γλυκά εκκρίματα και με αυτό τον τρόπο γίνεται η συμπύκνωση. Όταν το μέλι των κελιών είναι πλέον ώριμο, οι μέλισσες το σφραγίζουν με κερί.

Το μέλι χαρακτηρίζεται ως ένα υπέρκορο διάλυμα σακχάρων που περιλαμβάνει και άλλες ουσίες, όπως για παράδειγμα ανόργανα συστατικά, ένζυμα, οργανικά οξέα, αρωματικές ενώσεις κ.α. Είναι η μόνη γλυκιά ουσία που δεν απαιτεί επιπλέον επεξεργασία προκειμένου να καταστεί έτοιμη για κατανάλωση (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

5.1.1 Επεξεργασία και αποθήκευση του μελιού

Το ιδανικότερο θα ήταν το μέλι να καταναλώνεται, έτσι όπως βγαίνει από την κηρήθρα, χωρίς καμία άλλη επεξεργασία. Ωστόσο, η αγορά απαιτεί ένα προϊόν συσκευασμένο σε διάφορες μορφές, οπότε οι διάφοροι τυποποιητές αναγκάζονται να κάνουν μια συγκεκριμένη ανάμειξη, η οποία φυσικά απαιτεί και κάποια θέρμανση του μελιού.

Η θέρμανση είναι η μόνη πρακτική διαδικασία για να αποφευχθεί η κρυστάλλωση και η ζύμωσή του, όμως μ' αυτόν τον τρόπο πολύ εύκολα μπορεί να αλλοιωθεί η ποιότητα του. Συνίσταται λοιπόν, να ελέγχουμε τη θερμοκρασία και τη διάρκεια θέρμανσης του μελιού και μετά να το ψύχουμε σε θερμοκρασία δωματίου, όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Μ' αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η αποφυγή της καταστροφής επιθυμητών χαρακτηριστικών του μελιού.

Τόσο πριν από τη μεταφορά του στο συσκευαστήριο όσο και κατά τη διάρκεια της μεταφοράς του, το μέλι θα πρέπει να αποθηκεύεται με τον σωστό τρόπο. Οι καλύτερες θερμοκρασίες είναι κάτω από 10°C, ενώ θα πρέπει να αποφεύγονται θερμοκρασίες πάνω από 15°C. Τέλος, θα πρέπει να αποφεύγονται θερμοκρασίες πάνω από 27°, γιατί η αλλοίωση είναι γρήγορη στο χρώμα, στη γεύση και στα ένζυμα. (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

5.1.2 Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμού

Παρακάτω θα γίνει ανάλυση όλων των στοιχείων του μελισσοκομικού εξοπλισμού, που είναι απαραίτητα κατά την παραγωγική διαδικασία καθώς και ο τρόπος χρήσης τους.

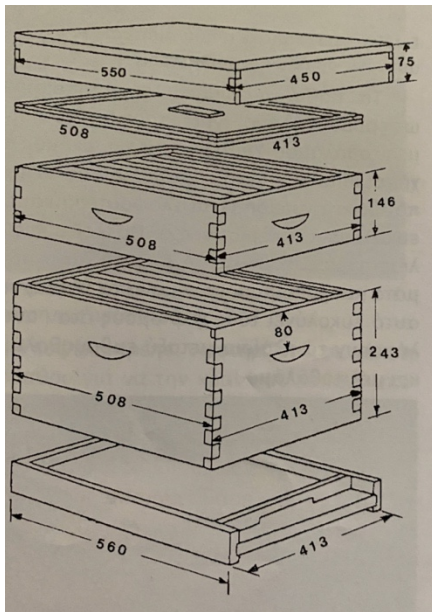
Η σύγχρονη κυψέλη

Η σύγχρονη κυψέλη είναι ευρέως διαδεδομένη και χρησιμοποιείται στις περισσότερες χώρες του κόσμου . Αυτό που την χαρακτηρίζει είναι τα κινητά πλαίσια. Η σύγχρονη κυψέλη διατίθεται με πολλές παραλλαγές που αφορούν τόσο τον αριθμό και το μέγεθος των πλαισίων που περιλαμβάνει, μέχρι και τον τρόπο του ανοίγει (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χρ. Χαριζάνης, 2014).

Η κυψέλη αποτελείται από τα εξής στοιχεία: τον πυθμένα, τα πατώματα (βαθύ και ρηχό), το εσωτερικό και εξωτερικό καπάκι (Εικόνα 5.1). Οι κυψέλες κατασκευάζονται κυρίως από ξύλο πεύκου ή ελάτου, όμως υπάρχουν και κυψέλες κατασκευασμένες από πλαστικό.

Το βέβαιο είναι ότι οι κυψέλες συνίσταται να κατασκευάζονται με ποιοτικά υλικά και όλα τα μέρη τους να έχουν προκαθορισμένες διαστάσεις. Αυτό δίνει τη δυνατότητα τα πλαίσια και όλα τα μέρη να μπορούν να ανταλλάσσονται κι έτσι οι επιθεωρήσεις που θα γίνονται στα μελίτσια να πραγματοποιούνται γρήγορα και χωρίς εκνευρισμούς εκ μέρους του μελισσοκόμου λόγω των τυχών σκεβρωμένων υλικών ή λόγων των διαφορετικών διαστάσεων.

Η βάση της κυψέλης, δηλαδή ο πυθμένας, μπορεί να είναι είτε μόνιμα καρφωμένος στον εμβρυοθάλαμο είτε κινητός. Ο κινητός μπορεί να καθαριστεί πολύ πιο εύκολα κι επιπλέον προσφέρεται για αναστροφή των πατωμάτων. Ο μόνιμος πυθμένας συναντάται περισσότερο στη νομαδική μελισσοκομία.

**Εικόνα 5-1**

Στη φωτογραφία απεικονίζεται η κυψέλη. Από κάτω προς τα πάνω βλέπουμε: τον πυθμένα, το βαθύ πάτωμα, το ρηχό πάτωμα, το εσωτερικό και το εξωτερικό καπάκι.

Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Η είσοδος της κυψέλης έχει ύψος 22 mm (το οποίο το χειμώνα μειώνεται στα 10mm) και εκτείνεται σε όλο το πλάτος του πυθμένα. Όλες τις εποχές του χρόνου, η είσοδος παραμένει ανοιχτή και μόνο όταν γίνεται μεταφορά της κυψέλης τότε αυτή κλείνει ή απλώς περιορίζεται το άνοιγμα της σε ειδικές περιπτώσεις. Για να κλείσουμε την κυψέλη χρησιμοποιούμε έναν κατάλληλα κομμένο πήχyu γι' αυτό το σκοπό, που έχει κατα μήκος μια σχισμή 2-3mm.

Τα βαθιά πατώματα χρησιμοποιούνται σαν εμβρυοθάλαμοι για την εκτροφή του γόνου ή σαν μελιτοθάλαμοι. Διεθνώς, το πιο αποδεκτό πλαίσιο που χρησιμοποιείται στην μελισσοκομία είναι του τύπου Χόφμαν (Hoffman) (Εικ. 5.2). Σε κάθε πάτωμα μπορούν να χωρέσουν 10 πλαίσια τύπου Χόφμαν διαστάσεων 448 x 233 mm όταν είναι βαθιά, ή 448 x 137 mm όταν είναι ρηχά. Μεταξύ των κέντρων τους η απόσταση του ενός από το άλλο είναι 35 mm και ενδιάμεσα τους δημιουργείται διάστημα 9 mm. Τα πλαίσια όταν καθίσουν πάνω στην «πατούρα» του πατώματος, κρέμονται και αφήνουν γύρω τους ένα διάστημα 6-9 mm για να μπορούν να κυκλοφορούν οι μέλισσες.

Το εσωτερικό καπάκι έχει τις ίδιες διαστάσεις με τα πατώματα και έχει καρφωμένη μια κορνίζα πάχους 10 mm. Η κορνίζα αυτή κάνει το καπάκι πιο στέρεο και επιπλέον δημιουργεί κενό διάστημα μεταξύ εσωτερικού και εξωτερικού καπακιού, που γίνεται

μονωτικό υλικό για τη ζέστη το καλοκαίρι και το κρύο το χειμώνα. Στο κέντρο του καπακιού έχουμε την δυνατότητα να ανοίξουμε μια κυκλική τρύπα για να αερίζεται καλύτερα η κυψέλη.

Το εξωτερικό καπάκι είναι μεγαλύτερο από το εσωτερικό και περιλαμβάνει το επάνω μέρος της κυψέλης από όλες τις πλευρές. Από την εξωτερική πλευρά είναι σκεπασμένο με ένα φύλλο γαλβανισμένης λαμαρίνας και οι άκρες είναι λυγισμένες προς τα κάτω για να προστετεύεται καλύτερα από τη βροχή. Οι διαστάσεις του είναι ακριβώς οι ίδιες με εκείνες των πατωμάτων και όταν είναι τοποθετημένο επάνω στην κυψέλη, μεταξύ του καπακιού και των πλαισίων δημιουργείται κενός χώρος 70 mm (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

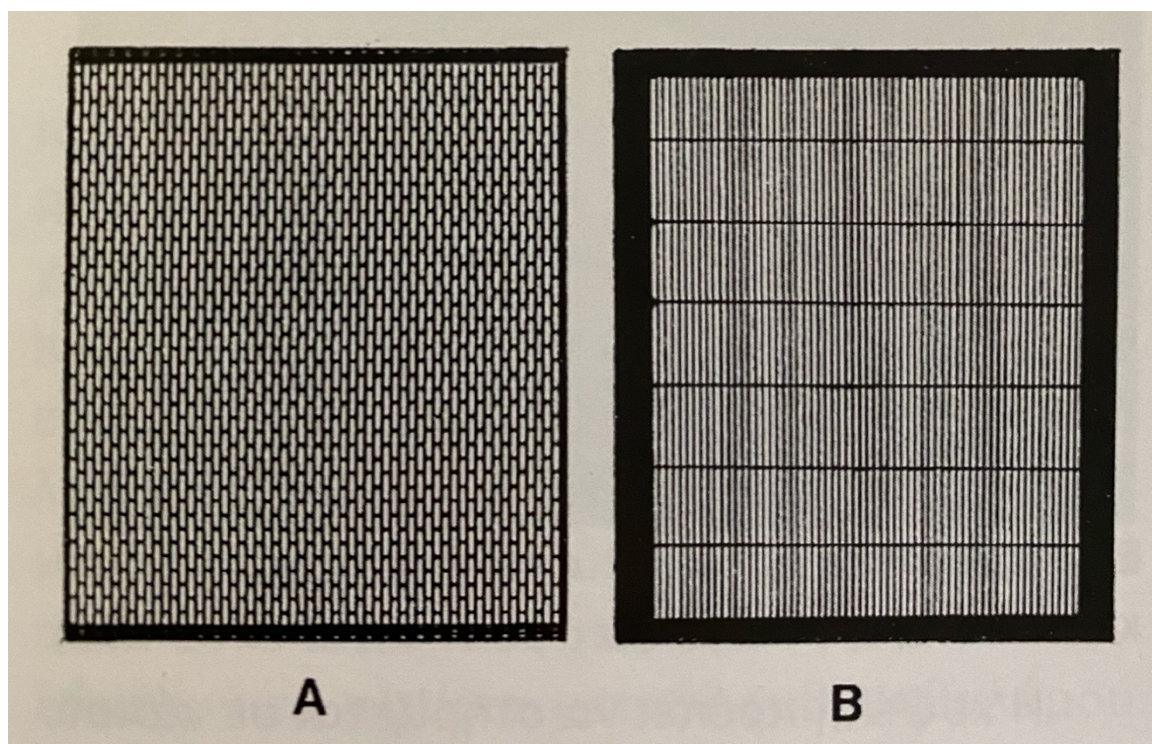
Κατά τις μετακινήσεις των κυψελών, για τον καλό αερισμό το εσωτερικό καπάκι αντικαθίσταται από το καπάκι αερισμού, που είναι ένα ξύλινο πλαίσιο με συρμάτινο πλέγμα και διαστάσεις ίδιες με εκείνες του εσωτερικού καπακιού. Οι κυψέλες στη νομαδική μελισσοκομία είναι εφοδιασμένες με κατάλληλους συνδετήρες ,για να συγκρατώνται τα πατώματα καλύτερα. (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Η κυψέλη θα πρέπει να χει κάποια απόσταση από το έδαφος, επομένως πρέπει να στηρίζεται σε κάποιο υπόβαθρο (σε κάποια ξύλινη ή μεταλλική βάση). Έτσι ο πυθμένας προστατεύεται από τον κίνδυνο να σαπίσει κι η υγρασία στο μελίσι ελατώνεται.

Το διάφραγμα βασίλισσας ή βασιλικό διάφραγμα

Το διάφραγμα της βασίλισσας είναι ένα ορθογώνιο παραλληλόγραμμο μεταλλικό ή πλαστικό φύλλο που χρησιμοποιείται για να εμποδίζει την βασίλισσα να περνά από το ένα πάτωμα στο άλλο και τοποθετείται ανάμεσα στον εμβρυοθάλαμο και μελιτοθάλαμο. Το διάφραγμα επιτρέπει την διέλευση των εργατριών αλλά όχι των κηφήνων. Το άνοιγμα από όπου θα περνούν οι εργάτριες πρέπει να είναι περίπου 4,1 mm.

Εικόνα 5-2: Α. Διάφραγμα βασίλισσας από πλαστικό Β. Διάφραγμα από ασάλινα σύρματα παράλληλα τοποθετημένα με πλαίσιο.



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το διάφραγμα μπορεί να περιστοιχίζεται από ξύλινο πλαίσιο ή να χρησιμοποιείται όπως είναι. Στην πρώτη περίπτωση οι μέλισσες κυκλοφορούν πιο εύκολα γιατί δημιουργείται ένας χώρος ανάμεσα στα δύο πατώματα. Το διάτρητο μεταλλικό ή πλαστικό διάφραγμα είναι πιο φθηνό, καθαρίζεται ευκολότερα, αλλά οι μέλισσες δυσκολεύονται περισσότερο να περάσουν μέσα από τις τρύπες. Το συρμάτινο διάφραγμα είναι πιο ακριβό, αλλά η διέλευση των εργατριών απ' αυτό είναι ευκολότερη (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Η Γυρεοπαγίδα

Η γυρεοπαγίδα είναι μια συσκευή η οποία τοποθετείται στην είσοδο της κυψέλης με σκοπό να αφαιρείται η γύρη από τα πόδια των γυρεοσυλλεκτριών εργατριών. Οι μέλισσες εισέρχονται μέσα στην κυψέλη και περνούν από ένα διάφραγμα που έχει τρύπες τέτοιου διαμετρήματος (περίπου 5 mm), ώστε να επιτρέπεται η είσοδος των μελισσών. Καθώς οι

μέλισσες προσπαθούν να περάσουν από τις τρύπες αυτές, αποσπώνται οι σβώλοι γύρης που βρίσκονται στα πίσω πόδια τους. Η γύρη αυτή πέφτει μέσα σε μια θήκη απ' όπου και αφαιρείται κατά διαστήματα από το μελισσοκόμο (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-3: Η γυρεοπαγίδα



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Οι γυρεοπαγίδες υπάρχουν σε μεγάλη ποικιλία σχεδίων και μπορεί να είναι κατασκευασμένες από πλαστικό, ξύλο ή μέταλλο. Μια ποιοτικώς κατασκευασμένη γυρεοπαγίδα μπορεί να συλλέγει πάνω από το 50% της γύρης που εισέρχεται μέσα στην κυψέλη.

Πολλοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την ποσότητα γύρης που μπορεί να συλλεχθεί από ένα μελίσσι μέσα σε μία ημέρα (καιρικές συνθήκες, ανθοφορία, δύναμη του μελισσιού, κ.α.). Ωστόσο, μια λογική ποσότητα γύρης από ένα δυνατό μελίσσι υπολογίζεται στα 200 g την ημέρα. Σε πολύ ευνοϊκές συνθήκες όμως, ένα δυνατό μελίσσι δύναται να συλλέξει και 500 g γύρης την ημέρα. Μεγάλο πρόβλημα για τις γυρεοπαγίδες αποτελούν οι κηφήνες, οι οποίοι είναι μεγαλόσωμοι και δε μπορούν να περάσουν μέσα από το διάφραγμα της γυρεοπαγίδας. Μερικές γυρεοπαγίδες έχουν ειδικές εισόδους για τους κηφήνες λύνοντας έτσι το πρόβλημα αυτό.

Οι γυρεοπαγίδες πρέπει να τοποθετούνται κατά την περίοδο έντονης ανθοφορίας μόνο σε υγιή και πολυπληθή μελίσσια. Επίσης, πρέπει να αφαιρούνται κατά διαστήματα (περίπου μετά από 7-10 ημέρες), για να επιτρέπουν στο μελίσσι να συλλέγει γύρη για δική του χρήση, δηλαδή για την εκτροφή του γόνου. Η γύρη πρέπει να αφαιρείται κάθε μέρα, να

καθαρίζεται από ξένα υλικά, να τοποθετείται σε μικρές συσκευασίες και να διατηρείται στο ψυγείο για μικρό διάστημα ή στην κατάψυξη για πολλούς μήνες. Όταν οι ιδανικές συνθήκες συνεχίζονται, τότε μπορούμε να τοποθετήσουμε πάλι τις γυρεοπαγίδες. Παρ' ολ'αυτά, ακόμη και υπό ιδανικές συνθήκες η συλλογή της γύρης προκαλεί μείωση της παραγωγής του μελιού. Δεν μπορεί όμως να παραβλεφθεί το γεγονός ότι η συλλογή γύρης, παρέχει ένα συμπληρωματικό εισόδημα στο μελισσοκόμο. Όταν η συλλεχθείσα γύρη χρησιμοποιείται για την παρασκευή υποκατάστατων γύρης για την εκτροφή των μελισσών, θα πρέπει να συλλέγεται μόνο από υγιή μέλισσα και μετά να καθαρίζεται προσεκτικά από ξένα σώματα. Η χρήση της μολυσμένης γύρης προκαλεί τη μετάδοση της νοσημίας, της ασκοσφαίρωσης καθώς και άλλων μολυσματικών ασθενειών (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Το Καπνιστήρι

Το καπνιστήρι είναι ένα κυλινδρικό μεταλλικό κουτί, που πάνω του είναι εφαρμοσμένη μια φυσούνα. Η φυσούνα δημιουργεί ρεύμα αέρος, ο οποίος διοχετεύεται στον πυθμένα του κυλίνδρου στο οποίο καίγεται κάποιο καπνογόνο υλικό.

Το καπνιστήρι βοηθά τον μελισσοκόμο να μεταχειριστεί ένα επιθετικό και δύσκολο μέλισσι. Οι μέλισσες που φρουρούν την κυψέλη, αποσυντονίζονται λόγω του καπνού, πράγμα που τις προκαλεί να γεμίσουν τον πρόλοβο (μελιστόμαχο) τους με μέλι. (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-4: Το καπνιστήρι



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το εργαλείο κυψέλης ή ξέστρο

Το ξέστρο είναι ένα σιδερένιο έλασμα που οι δυο άκρες του είναι κοφτερές, η μια ίσια και η άλλη γυριστή σε ορθή γωνία. Αποτελεί εργαλείο πολύ χρήσιμο για τον μελισσοκόμο και χρησιμοποιείται στα μοχλός που διαχωρίζει τα διάφορα μέρη της κυψέλης, όπως καπάκι και πατώματα και τα πλαίσια μεταξύ τους, τα οποία είναι κολλημένα με την πρόπολη. Ακόμη μπορεί να αφαιρεί καρφιά μέσα από ξύλα με τη βοήθεια της ειδικής σχισμής που έχει. Συνίσταται κάθε μελισσοκόμος να έχει πάντα μαζί του ένα εφεδρικό εργαλείο. Επιπλέον, τα εργαλεία που είναι βαμμένα με ανοιχτά χρώματα δεν χάνονται εύκολα (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-5: Το εργαλείο κυψέλης ή ξέστρο



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Η μελισσοκομική βούρτσα

Η βούρτσα έχει μακριά λαβή και είναι κατασκευασμένη από μαλακές τρίχες, οι οποίες δεν ερεθίζουν και δε δημιουργούν προβλήματα στις μέλισσες.

Η βούρτσα χρησιμοποιείται για την απομάκρυνση των μελισσών από τα πλαίσια, από τα οποία πρόκειται να τρυγηθεί το μέλι. Η χρήση της ερεθίζει τις μέλισσες, αλλά επειδή υπάρχουν περιπτώσεις που δεν επιτρέπεται να απομακρύνουμε τις μέλισσες από τα πλαίσια με τίναγμα, όπως είναι τα σφραγισμένα βασιλοκύτταρα κατά τη διάρκεια της βασιλοτροφίας, γι' αυτό σ'αυτές τις περιπτώσεις πρέπει να χρησιμοποιούμε μόνο τη

μελισσοκομική βούρτσα (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-6: Η μελισσοκομική βούρτσα



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Ο τροφοδότης

Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από τροφοδότες που διαφέρουν μεταξύ τους και στο σήμα και στο υλικό κατασκευής. Η επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει «τροφοδότες εισόδου», επειδή το πλεονέκτημά τους είναι ότι δεν χρειάζεται άνοιγμα της κυψέλης για να γεμίσουμε τον τροφοδότη με τροφή για τις μέλισσες.

Εικόνα 5-7: Τροφοδότης εισόδου

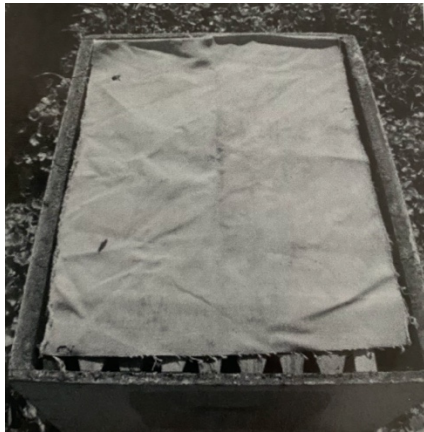


Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το κηρόπανο

Το «κηρόπανο» είναι λινό ή βαμβακερό ύφασμα διαστάσεων 43x38 εκατοστόμετρων (καραβόπανο), το οποίο τοποθετείται επάνω στους κηρηθοφορείς αφήνοντας αέρα 3 εκατοστά εμπρός και πίσω. Περιορίζει την απώλεια θερμότητας από την κυψέλη και δεν επιτρέπει το κτίσιμο κηρηθρών κάτω από το καπάκι (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-8: Το κηρόπανο

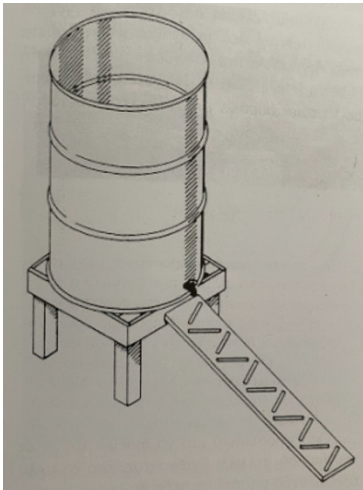


Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Η ποτίστρα

Την ποτίστρα την χρησιμοποιούμε για να εξασφαλίζουμε νερό στις μέλισσες διότι σε περίπτωση που δεν υπάρχει κοντά στο μελισσοκομείο νερό, εκείνες θα αναγκαστούν να πετάξουν μακριά προς ανεύρεση, που σημαίνει σπατάλη ενέργειας και φθορά. Επιπλέον, αναγκάζονται να προμηθεύονται νερό από λύματα ή άλλες βρώμικες πηγές με αποτέλεσμα τη μόλυνση των προϊόντων της κυψέλης ή μεταφορά ασθενειών.

Υπάρχουν πολλοί τύποι ποτιστρών και κάθε μελισσοκόμος μπορεί να σχεδιάσει τη δική του. Για παράδειγμα, ένας τρόπος είναι η τοποθέτηση ενός βαρελιού που στο κάτω μέρος θα έχει κάνουλα, η οποία θα στάζει σε μια κεκλιμένη σανίδα (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

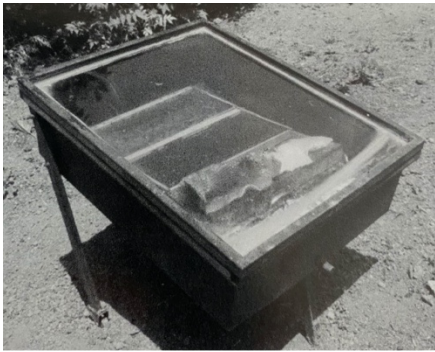
Εικόνα 5-9: Η ποτίστρα

Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Ο ηλιακός κηροτήκτης

Ο ηλιακός κηροτήκτης είναι ένα ξύλινο κουτί που σκεπάζεται με ένα κάλυμμα από διπλό τζάμι. Στο εσωτερικό υπάρχουν δύο χώροι. Στον μεγαλύτερο από αυτούς, τοποθετούμε κηρήθρες που προορίζονται για λιώσιμο. Η μία πλευρά του έχει ένα κατακόρυφο χώρισμα από χονδρό συρματόπλεγμα. Ο άλλος χώρος είναι ένα λαμαρινένιο κουτί που δέχεται το λιωμένο κερί από τις κηρήθρες.

Ο κηροτήκτης είναι βαμμένος συνήθως με μαύρη λαδομπογιά, με σκοπό να συγκεντρώνει περισσότερη ηλιακή ακτινοβολία. Όταν γεμίσει με παλιές κηρήθρες ή κομμάτια κεριού που μαζεύονται στις επιθεωρήσεις των κυψελών, θα πρέπει να τοποθετηθεί το τζαμένιο σκέπασμά του και στηριχθεί σε κάποιο υποστήριγμα με αρκετή κλίση, έχοντας νοτιοδυτική έκθεση ώστε να πέφτουν κάθετα πάνω του οι ακτίνες του ήλιου. Το ύψος της θερμοκρασίας μέσα στον κηροτήκτη μπορεί να φτάσει και τους 90° C ενώ οι κηρήθρες λιώνουν στους 63°C. Το κερί φιλτράρεται από το δικτυωτό συρματόπλεγμα του χωρίσματος και μαζεύεται στο ειδικό κουτί. Το κερί που βγαίνει με αυτό τον τρόπο είναι ολοκάθαρο (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-10: Ηλιακός κηροκτήτης

Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το μαχαίρι απολεπισμού

Η χρήση του μαχαιριού απολεπισμού έχει να κάνει με το ξεσφράγισμα των σφραγισμένων κηρηθρών μελιού. Είναι ειδικής κατασκευής και πριν τη χρήση του θερμένεται σε ζεστό νερό. Ακόμη μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ηλεκτρικό μαχαίρι που με τη βοήθεια του θερμοστάτη διατηρείται σε σταθερή θερμοκρασία. Στην αγορά κυκλοφορεί και μαχαίρι ατμού, μέσα από το οποίο περνάει ατμός που παράγεται σε ένα δοχείο, ενώ στην άλλη άκρη ο ατμός υγροποιείται σε άλλο δοχείο με νερό (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-11: Ηλεκτρικό μαχαίρι απολεπισμού

Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Ο μελιτοεξαγωγέας

Ο μελιτοεξαγωγέας κατασκευάζεται από ανοξείδωτο μέταλλο και με τη φυγοκέντρο δύναμη που δημιουργεί αναγκάζει το μέλι να εξέλθει από τα κελιά της κηρήθρας. Στη συνέχεια το μέλι συγκεντρώνεται στον πυθμένα του μελιτοεξαγωγέα κ από εκεί με μια κάνουλα συλλέγεται σε δοχείο. Τα πλαίσια τοποθετούνται στον μελιτοεξαγωγέα κάθετα προς την ακτίνα του κυλίνδρου ή σε ακτινωτή διάταξη. Ο μελιτοεξαγωγέας μπορεί να είναι χειροκίνητος ή ηλεκτροκίνητος (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-12: Ο μελιτοεξαγωγέας



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το φίλτρο μελιού

Όσο προσεκτικά και να γίνει ο τρύγος του μελιού, υπάρχει περίπτωση το μέλι βγαίνοντας από τον μελιτοεξαγωγέα να περιέχει μικρά κομματάκια από κερί και διάφορα έντομα (μέλισσες, σφήκες, μυρμήγκια κ.τ.λ.). Γι' αυτό το λόγο, είναι αδήριτη ανάγκη να περνά από κάποιο φίλτρο για να καθαρίζεται όσο πιο καλά γίνεται. Το καλύτερο φίλτρο είναι εκείνο το οποίο έχει σχήμα κυλινδρικό όπως το σχήμα του μελιτοεξαγωγέα.

Στο στόμιο είναι προσαρμοσμένη μια σχάρα όπου στηρίζεται το φίλτρο, που μπορεί να είναι είτε ένα μεταξωτό ύφασμα είτε ένα συρματόπλεγμα με πολύ μικρές τρύπες.

Μπορούμε όμως να προσαρμόσουμε διάφορα κόσκινα που έχουν διαφορετικού μεγέθους τρύπες. Τα κόσκινα αυτά εφαρμόζουν ακριβώς στο άνοιγμα του δοχείου. Καλό είναι να διαθέτει ο μελισσοκόμος ένα ζευγάρι κόσκινα, ώστε να μη καθυστερεί κατά τη διάρκεια του φιλτραρίσματος.

Το δοχείο με το στραγγισμένο μέλι πρέπει να κλείνει καλά με ένα καπάκι, και να μένει εκεί για αρκετές ώρες ή για μερικές μέρες για να κατασταλάξει. Στο διάστημα αυτό εμφανίζονται στην επιφάνεια του μελιού φυσαλίδες αέρα και πολύ λεπτά κομματάκια από κερί σχηματίζοντας ένα λεπτό στρώμα αφρού. Ο αφρός αφού αφαιρεθεί με ένα κουτάλι στη συνέχεια το μέλι παραλαμβάνεται από την κάνουλα που υπάρχει στον πυθμένα του μελιτοεξαγωγέα και συσκευάζεται σε βάζα (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-13: Φίλτρο μελιού με μεταλλική σήτα στο επάνω μέρος και λεπτό ύφασμα στο κάτω.



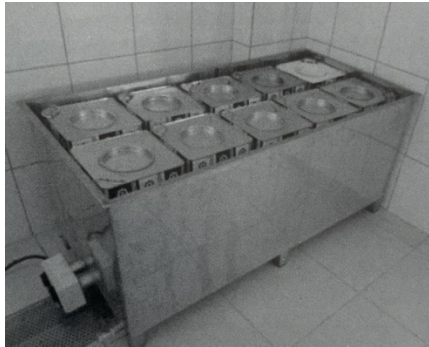
Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Ρευστοποιητής μελιού

Ο ρευστοποιητής μελιού είναι μια ανοξειδωτή μεταλλική δεξαμενή που έχει ζεστό νερό, η θερμοκρασία του οποίου ρυθμίζεται με θερμοστάτη. Μέσα στη δεξαμενή τοποθετούνται για μερικές ώρες τα δοχεία του κρυσταλλωμένου μελιού για να ρευστοποιηθούν. Στο πάνω μέρος της δεξαμενής είναι προσαρμοσμένο κατάλληλο καπάκι. Ο χρόνος

παραμονής εξαρτάται από τη θερμοκρασία του νερού. Για τον ίδιο σκοπό χρησιμοποιούνται θάλαμοι με θερμό αέρα, με τις αντίστοιχες θερμοκρασίες, δηλαδή γύρω στους 55° C (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-14: Ρευστοποιητής μελιού με νερό



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

Το μελισσοκομικό φορτηγό

Το φορτηγό είναι απαραίτητο για τη μεταφορά υλικών από και προς το μελισσοκομείο. Ο μελισσοκόμος αδυνατεί να ασκήσει νομαδική μελισσοκομία χωρίς τη χρήση φορτηγού. Το μελισσοκομικό φορτηγό συνήθως έχει πόρτες που ανοίγουν από τις 3 πλευρές για να διευκολύνεται η φόρτωση και η εκφόρτωση των κυψελών (Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική, Π. Χαριζάνης, Αθήνα 2014).

Εικόνα 5-15: Μελισσοκομικό φορτηγό



Πηγή: Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, Αθήνα 2014

5.1 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας

Μετά από έρευνα αγοράς που πραγματοποιήθηκε, παραθέτονται το κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθεί από την μονάδα. Ωστόσο, πρόκειται να πραγματοποιηθεί επίσκεψη στο χώρο των προμηθευτών για να διαπιστωθεί ότι τα κάτωθι μηχανήματα εξυπηρετούν τις προδιαγραφές και τις ανάγκες της επιχείρησης. Αφού διαπιστωθεί η καταλληλότητα τους η επιχείρηση θα προβεί στην αγορά τους. Οι μέσες τιμές δίνονται ενδεικτικά στον παρακάτω πίνακα:

No.	Μηχανολογικά	Μονάδες	Μέση τιμή μονάδας (ευρώ)	Κόστος
1	Κυψέλη	1.000	45	45.000
2	Παραφυάδα	1.000	40	40.000
3	Διαφράγματα βασίλισσας	1.000	1,40	1.400
4	Γυρεοπαγίδες	1.000	10,50	10.500
5	Μελισσοκομικές μάσκες	15	6	90
6	Μελισσοκομικές φόρμες	25	27	675
7	Μελισσοκομικά γάντια (δερμάτινα)	50	8	400
8	Εργαλεία Κυψέλης (ξιστρο)	20	5	100
9	Μελισσοκομικές βούρτσες	25	3,80	95
10	Τροφοδότες	1.000	1,98	1.980
11	Κηρόπανα	1.000	0,35	350
12	Ποτίστρες	20	20	400
13	Μαχαίρια απολεπισμού	50	7,30	365
14	Μελιτοεξαγωγέας (ηλεκτρικός)	1	410	410
15	Φίλτρα μελιού	1	905	905
16	Ρευστοποιητής μελιού	1	347	347
17	Μελισσοκομικό φορτηγό	1	7.500	7.500
ΣΥΝΟΛΟ				110.517

5.2 Χωρομετρικά και μηχανολογικά σχέδια της μονάδας

Βασικό μέλημα του μελισσοκόμου αποτελεί η επιλογή της κατάλληλης θέσης για την εγκατάσταση του μελισσοκομείου. Κριτήριο γι' αυτήν την επιλογή αποτελεί η ποσότητα νέктαρ και γύρης που θα μπορούσε να εξασφαλιστεί. Όμως, υπάρχουν πολλές λεπτομέρειες που πρέπει να λάβουμε υπόψιν, όπως:

- ❖ Η καλή και παρατεταμένη ανθοφορία που θα εξασφαλίζει στα μελίσσια νέκταρ ή μελίτωμα και γύρη.
- ❖ Το έδαφος να είναι επίπεδο, αλλά να μην πλημμυρίζει όταν βρέχει. Συνίσταται το έδαφος να έχει μικρή κλίση, νότιο προσανατολισμό, καλή κυκλοφορία του αέρα και τη μεγαλύτερη δυνατή ηλιοφάνεια. Θα πρέπει να εξασφαλιστεί η προστασία των κυψελών από τους βορεινούς ανέμους, όμως τους καλοκαιρινούς μήνες θα πρέπει να σκιάζονται, τουλάχιστον κατά τις μεσημβρινές ώρες.
- ❖ Η πρόσβαση με αυτοκίνητο να είναι πάντοτε δυνατή, δηλαδή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ❖ Να δίνεται προσοχή στα τυχόν στάσιμα νερά, πράγμα που σημαίνει ότι θα πρέπει να εξασφαλίζεται η παροχή καθαρού νερού κοντά στα μελίσσια.
- ❖ Η τοποθεσία να βρίσκεται μακριά από κατοικημένες περιοχές, για να μην ενοχλούνται οι περαστικοί ή οι γείτονες. Επίσης, να μην είναι δίπλα σε δρόμο με μεγάλη κυκλοφορία, όπου οι μέλισσες παρασύρονται από τα αυτοκίνητα και θανατώνονται ή προκαλούν ατυχήματα κυρίως σε μοτοσυκλετιστές.
- ❖ Να εξασφαλίζεται σωστή διάταξη των κυψελών.
- ❖ Η είσοδος των κυψελών να φροντίζεται να είναι πάντα καθαρή.
- ❖ Εάν είναι δυνατόν να τοποθετείται περίφραξη για λόγους προστασίας από διάφορα ζώα ή κλοπές.
- ❖ Οι κυψέλες να αριθμούνται και να πυροσφραγίζονται, διότι έτσι ενισχύεται η σωστή παρακολούθηση κάθε μελισσιού αλλά και γιατί αυτό αποθurrύνει τους κλέφτες.

Όσον αφορά το τυποποιητήριο, ο χώρος είναι ιδιόκτητος και κατά το παρελθόν η οικογένεια της ιδρύτριας της εν λόγω επιχείρησης τον χρησιμοποιούσε για τον ίδιο σκοπό, εξυπηρετώντας τις ανάγκες της μελισσοκομικής της μονάδας.

6. Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα

6.1 Οργάνωση και διαχείριση μονάδας

Με τον όρο οργάνωση εννοούμε τον τρόπο με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες, δηλαδή τμήματα, οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης. Τα τμήματα θα είναι υπεύθυνα να επιτελέσουν συγκεκριμένες δραστηριότητες με σκοπό την πραγματοποίηση των στόχων.

Επομένως, ο σχεδιασμός του τρόπου με τον οποίο πρόκειται να οργανωθεί μια επιχείρηση θα πρέπει να είναι αποτελεσματικός διότι έχει τεράστια σημασία, καθώς θα αφορά τον λεπτομερή της έλεγχο, τη διαρκή παρακολούθηση επίτευξης των στόχων και θα διευκολύνει τη διαχείριση και οργάνωση της μονάδας στο σύνολο της.

6.1.1 Οργανωσιακές λειτουργίες

Από θεωρητικής σκοπιάς, οι οργανωσιακές λειτουργίες αποτελούν την βάση ενός οργανισμού, άρα θα πρέπει να καθορίζονται διακριτά, προκειμένου να διευκολύνεται η περαιτέρω τμηματοποίηση και διάρθρωσή τους. Η συγκεκριμένη επιχείρηση που αναλύουμε στην προμελέτη δεν θα είναι μια μεγάλη και πολύπλοκη εταιρεία με μεγάλο αριθμό εργαζομένων αλλά θα απαρτίζεται από τα παρακάτω τμήματα τα οποία αρκούν για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες και τους στόχους της.

- Τμήμα Διοίκησης
- Τμήμα Παραγωγής
- Οικονομικό Τμήμα
- Τμήμα Μάρκετινγκ

Ουσιαστικά, η διοίκηση παρακολουθεί την εξέλιξη του κάθε τμήματος και σε συνεργασία με τους υπεύθυνους καθορίζει τους στόχους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι παρά το γεγονός ότι όλα τα τμήματα είναι ανεξάρτητα μεταξύ τους, θα πρέπει να συνεργάζονται ομαλά και να επικοινωνούν αποτελεσματικά, ώστε να ακολουθούν την ίδια κατεύθυνση και πορεία.

6.1.2 Οργανωσιακή δομή

Η οργανωσιακή δομή μιας επιχείρησης μπορεί να αποτυπωθεί στο λεγόμενο οργανόγραμμα, όπου εκεί απεικονίζεται η ιεραρχία που ξεκινά από τα ανώτατα διοικητικά στρώματα καθώς και η μεταβίβαση υπευθυνότητας στις διάφορες λειτουργικές μονάδες. Η οργανωσιακή δομή δηλαδή αποτελεί τον κορμό της διοίκησης της παραγωγικής μονάδας και θεωρείται ως ένα από τα πλέον σημαντικά ζητήματα κατά την διαδικασία καθορισμού του διοικητικού σχήματος. Τα τμήματα που απαρτίζουν την οργανωσιακή δομή της επιχείρησης «Λύτρας Μελισσοκομική» θα αναλυθούν παρακάτω.

Θα αναλυθούν λεπτομερώς, επίσης, οι βασικές λειτουργίες και τα τμήματα της οργανωσιακής δομής για να παρουσιαστεί μια πιο σαφής εικόνα της οργάνωσης της εξεταζόμενης επιχείρησης. Επιπλέον, θα προσδιοριστούν οι επιμέρους δραστηριότητες που αντιστοιχούν σε κάθε τμήμα, διότι κατ' αυτόν τον τρόπο θα γίνει εφικτός ο ακριβέστερος προσδιορισμός των γενικών εξόδων της μονάδας, τα οποία θα αναλυθούν στην συνέχεια αυτού του κεφαλαίου.

Τα τμήματα που θα δημιουργηθούν θα πρέπει να έχουν τέτοια δομή, που να φαίνεται ξεκάθαρα ο κύριος ρόλος τους και η αποστολή τους καθώς και οι απαιτήσεις όσον αφορά την εργασία.

Σύμφωνα μ'αυτά που προαναφέρθηκαν, προκύπτει ότι η επιχείρηση θα αποτελείται από τέσσερα ανεξάρτητα μεταξύ τους τμήματα. Η επίβλεψη και ο συντονισμός των τμημάτων αυτών θα διενεργείται από την Γενική Διευθύντρια (ιδρύτρια), η οποία θα αναλάβει και τον πλήρη λειτουργικό έλεγχο της εταιρείας.

Τμήμα Διοίκησης

Το τμήμα Διοίκησης θα ασχολείται με τον προγραμματισμό ή σχεδιασμό, τον έλεγχο, την οργάνωση και την διεύθυνση. Ως αποτελεσματική διοίκηση θεωρούμε αυτήν που καταφέρνει να οργανώσει τις λειτουργίες και δραστηριότητες, έτσι ώστε να εκτελούνται σωστά σε καθημερινή βάση. Ο σωστός προγραμματισμός βοηθά την αποτελεσματική οργάνωση, την διεύθυνση και τον έλεγχο. Τα υψηλόβαθμα στελέχη είναι υπεύθυνα για τον σχεδιασμό του προγράμματος, της κατανομής των καθηκόντων ανάμεσα στους εργαζομένους της επιχείρησης, τον καθορισμό των θέσεων εργασίας, για τις κατευθυντήριες γραμμές που πρέπει να δίνονται και τέλος για τον έλεγχο όλων αυτών.

Ο προγραμματισμός είναι ένα σύστημα ενεργειών οι οποίες σχεδιάζονται με σκοπό τον καθαρισμό των στόχων της επιχείρησης. Επίσης, γίνεται προσδιορισμός των τρόπων και των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την πραγματοποίηση των στόχων. Μετά τον προγραμματισμό ακολουθεί η οργάνωση η οποία θα εξασφαλίσει την αποτελεσματικότητα που χρειάζεται η επιχείρηση. Αυτό προϋποθέτει, ότι οι δομές, οι διαδικασίες και οι πολιτικές λειτουργίας θα πρέπει να συνάδουν. Το στέλεχος που έχει την ευθύνη της οργάνωσης της επιχείρησης, θα πρέπει να ταξινομεί, να κατανέμει και να αναθέτει τα καθήκοντα και τις ευθύνες στους υπαλλήλους με στόχο την ομαλή λειτουργία.

Η διεύθυνση είναι υπεύθυνη για την διοίκηση του ανθρώπινου παράγοντα, δηλαδή του προσωπικού της επιχείρησης. Θα πρέπει να λειτουργεί καθοδηγητικά και ενθαρρυντικά προκειμένου αυτό να είναι υπέρ της επίτευξης των στόχων. Βασική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ των στελεχών και του προσωπικού. Η διεύθυνση συνίσταται να προάγει την καλή συνεργασία και ομαδικότητα, γιατί αυτά τα στοιχεία είναι σημαντικά για την ύπαρξη καλού κλίματος στον χώρο εργασίας. Έπειτα, θα πρέπει να εποπτεύονται οι εργασίες που εκτελούν οι εργαζόμενοι γιατί μέσα από αυτή την διαδικασία, δίνεται η δυνατότητα εντοπισμού σημαντικών λαθών και αδυναμιών ούτως ώστε να διορθώνονται. Αυτό βοηθά στην διατήρηση της σωστής πορείας της επιχείρησης προς την επίτευξη των καθορισμένων στόχων.

Στη συνέχεια, μια από τις βασικές λειτουργίες της οργάνωσης και διοίκησης είναι η λήψη αποφάσεων. Πολύ σημαντική λοιπόν, η ύπαρξη των κατάλληλων ατόμων, που θα κατέχουν τις απαιτούμενες γνώσεις, πληροφορίες και τεχνικές, και θα είναι σε θέση να λαμβάνουν τις σωστές αποφάσεις μεταξύ των διάφορων εναλλακτικών που μπορεί να τους παρουσιάζονται. Ένα στέλεχος είναι αποτελεσματικό όταν είναι σε θέση να πάρει τις σωστές αποφάσεις στον σωστό χρόνο. (Μάνατζμεντ, Μπουραντάς, 2002).

Όσον αφορά την υπό εξέταση μονάδα, που ουσιαστικά θα είναι μια μικρή επιχείρηση, θα διοικείται από ένα άτομο, την ιδιοκτήτρια, η οποία θα είναι υπεύθυνη για τον στρατηγικό σχεδιασμό και τον έλεγχο των επιδόσεων των επιμέρους οργανωσιακών μονάδων. Επομένως, το σύνολο των τμημάτων θα αναφέρονται στην ιδιοκτήτρια, προκείμενου εκείνη να μπορεί να επιλύει τα τυχόν προβλήματα που ανακύπτουν και να είναι σε θέση να κατευθύνει τις ενέργειες με γνώμονα την επίτευξη των στόχων. Συμπερασματικά, αναφερόμαστε σε ένα συγκεντρωτικό σύστημα διοίκησης, όπου όλες οι εξουσίες συγκεντρώνονται σε ένα πρόσωπο. Υπάρχουν δύο συστήματα διοίκησης, το συγκεντρωτικό και το αποκεντρωτικό. Τα συστήματα διοίκησης διαμορφώνονται σύμφωνα με κάποιους παράγοντες, όπως το είδος της επιχείρησης, το μέγεθος, την έκταση παραγωγής αλλά και την προσωπικότητα των Διευθυντών της (Μάνατζμεντ, Μπουραντάς, 2002)

6.2 Τμήμα Παραγωγής

Ο επικεφαλής του Τμήματος Παραγωγής είναι αρμόδιος κ έχει την ευθύνη για την πραγματοποίηση των στόχων παραγωγής, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα και τη βέλτιστη χρήση των διαθέσιμων πόρων. Η επικοινωνία με την Διεύθυνση για όλα τα θέματα που άπτονται της παραγωγικής διαδικασίας είναι συνεχής. Συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες που εντάσσονται στο τμήμα παραγωγής μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο βασικά σύνολα αρμοδιοτήτων:

- Διαχείριση Παραγωγής
- Προγραμματισμός Παραγωγής

Η Διαχείριση της Παραγωγής περιλαμβάνει όλες τις επιμέρους ενέργειες που απαιτούνται για την διασφάλιση της άψογης λειτουργίας όλων των συντελεστών που συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία. Οι ενέργειες αυτές αφορούν την επιθεώρηση των εγκαταστάσεων της μονάδας, την επίβλεψη του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται στην παραγωγή, την επιλογή και συνεχή εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού που θα ναι υπεύθυνο για τον χειρισμό του μηχανολογικού εξοπλισμού και γενικότερα την πλήρη κάλυψη των αναγκών της παραγωγής.

Ο Προγραμματισμός, αφορά τις αρμοδιότητες που σχετίζονται με την εξειδίκευση και υλοποίηση του προγράμματος της παραγωγής με σκοπό την επίτευξη συνεχούς ροής στην παραγωγική διαδικασία. Επομένως, η παραλαβή και η συντήρηση των πρώτων υλών θα πρέπει να προγραμματίζεται με τέτοιο τρόπο που οι διαδικασίες στα σημεία επεξεργασίας, τυποποίησης, συσκευασίας και άμεσης αποθήκευσης του προϊόντος για τη διατήρηση του έως την ώρα της διανομής, να εκτελούνται απρόσκοπτα.

6.3 Τμήμα Μάρκετινγκ

Το τμήμα μάρκετινγκ επιτελεί μια πολύ σημαντική λειτουργία, διότι ο σκοπός του είναι να φέρει την επιχείρηση σε άμεση επαφή με την αγορά και τις ανάγκες της, ώστε να δύναται να καλύπτει συνεχώς τις επιθυμητές ποσότητες.

Όπως αναφέραμε και παραπάνω το μίγμα Μάρκετινγκ αποτελείται από 4 μέρη:

- το προϊόν
- την τιμή
- την προώθηση και
- τη διανομή

Ο υπεύθυνος του Τμήματος Μάρκετινγκ γνωρίζοντας τα χαρακτηριστικά και τις συνθήκες της αγοράς, είναι σε θέση μαζί με την Διοίκηση να επιλέξει τα τμήματα εκείνα της αγοράς που είναι ελκυστικά για την επιχείρηση. Δηλαδή, μπορεί να επιλέξει την «αγορά - στόχο». Αυτό σημαίνει ότι, μέσα από τη γνώση αυτή, αποκτά σαφή αντίληψη για:

- τα χαρακτηριστικά των ατόμων ή επιχειρήσεων που η επιχείρηση αναζητά ως πελάτες
- τη φύση των αναγκών που η επιχείρηση καλείται να ικανοποιήσει
- τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που επιθυμούν οι μελλοντικοί πελάτες

Συνεπώς, αποφάσεις μπορούν να παρθούν για:

- τα προϊόντα που θα προσφερθούν στην αγορά που θα επιλεγθεί ως στόχος
- την πολιτική των τιμών που θ' ακολουθηθεί
- τη μέθοδο διανομής και τα σημεία πώλησης που θα καθοριστούν
- τις μεθόδους προώθησης πωλήσεων των προϊόντων που θα εφαρμοστούν

Ο υπεύθυνος Μάρκετινγκ έχει τη συνολική ευθύνη για όλα τα παραπάνω. Άρα, απαιτείται από την πλευρά του συνεχής ενημέρωση για το τι συμβαίνει στην αγορά, έλεγχος για τα επίπεδα ανταγωνισμού, αφουγκρασμός των αναγκών του καταναλωτή και τέλος, να μπορεί να εντοπίζει τα σημεία εκείνα που εξασφαλίζουν το πλεονέκτημα της επιχείρησης έναντι των ανταγωνιστών. Μεταξύ των τεσσάρων στοιχείων του μίγματος μάρκετινγκ υπάρχει ισχυρή αλληλεπίδραση, οπότε για να προωθηθεί ένα προϊόν αποτελεσματικά στην αγορά θα πρέπει και τα τέσσερα να συνυπάρχουν.

Κάθε επιχείρηση, αναλόγως της φύσης των λειτουργιών, των δραστηριοτήτων αλλά κι ανάλογα τους στόχους που έχει θέσει, δίνει διαφορετική βαρύτητα σε κάθε στοιχείο του μίγματος μάρκετινγκ.

Στην συγκεκριμένη επιχείρηση θα δοθεί μεγάλο βάρος στο προϊόν, διότι θα επιδιωχθεί οι ποικιλίες μελιών που πρόκειται να παραχθούν να ξεχωρίζουν και να διακρίνονται για την ιδιαίτερη γεύση τους, την ποιότητα και το άρωμα τους. Επίσης, θα γίνει προσπάθεια, έτσι ώστε οι τιμές των προϊόντων να είναι αρκετά προσιτές, για να γίνει προσέλκυση

πολλών πελατών, με τελικό στόχο την επίτευξη της ανταγωνιστικότητας και την σταδιακή απόκτηση μεγάλου μεριδίου της αγοράς.

6.4 Οικονομικό Τμήμα

Η βασική λειτουργία του Οικονομικού Τμήματος θα είναι ο σχεδιασμός και η εφαρμογή της οικονομικής πολιτικής της επιχείρησης, όπως επίσης και η εξασφάλιση της έγκαιρης και αξιόπιστης απεικόνισης όλων των οικονομικών της συναλλαγών. Οι κύριες αρμοδιότητες που αφορούν το συγκεκριμένο τμήμα συγκεντρώνονται σε δύο βασικές κατηγορίες ενεργειών:

- στις Λογιστικές Υπηρεσίες και
- στη Διαχείριση των Χρηματοοικονομικών

Όσον αφορά τις Λογιστικές Υπηρεσίες, αυτές σχετίζονται με τα θέματα της Γενικής Λογιστικής, δηλαδή την παρακολούθηση και καταγραφή των λογιστικών κινήσεων της επιχείρησης (αγορές, πωλήσεις, εισπράξεις, πληρωμές, κ.λ.π.), την εξαγωγή των οικονομικών αποτελεσμάτων και την σύνταξη των οικονομικών καταστάσεων που αποτυπώνουν την οικονομική πορεία της εταιρείας, και τέλος την κοστολόγηση των προϊόντων της επιχείρησης.

Σχετικά με την Διαχείριση των Χρηματοοικονομικών, το τμήμα αυτό είναι αρμόδιο για τις χρηματοοικονομικές ροές της επιχείρησης. Γνωρίζοντας την στρατηγική ανάπτυξης της επιχείρησης και των συνθηκών της αγοράς χρήματος, έχει την δυνατότητα να σχεδιάζει τον τρόπο υλοποίησης των επιχειρηματικών προγραμμάτων, είναι υπεύθυνο να διανέμει τους πόρους στα διάφορα τμήματά της εταιρείας, να ελέγχει την χρηματοοικονομική της θέση και να προτείνει λύσεις για την καλύτερη και αποδοτικότερη πραγματοποίηση των οικονομικών στόχων. Επίσης, μια από τις κυριότερες αρμοδιότητες είναι η ανάλυση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης, όπως είναι ο προϋπολογισμός και η σύγκρισή του με τον απολογισμό καθώς και η σύνταξη καταστάσεων χρηματοροών. Τέλος, στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και οι ενέργειες εκείνες που σχετίζονται με την εξέταση και αξιολόγηση των επενδυτικών ευκαιριών που θα προκύπτουν.

6.5 Γενικά έξοδα

Το άμεσο ή βασικό κόστος δεν αποτελεί το μοναδικό κόστος για ένα προϊόν, αλλά επιβάλλεται και ο υπολογισμός του έμμεσου κόστους. Δηλαδή, το Άμεσο–Βασικό Κόστος ενός προϊόντος περιλαμβάνει το άμεσο κόστος υλικών, το άμεσο κόστος της εργασίας και τις λεγόμενες άμεσες άλλες δαπάνες που σχετίζονται με την παραγωγή του . Σχετικά με το Έμμεσο Κόστος ή αλλιώς Γενικά έξοδα, αυτό δεν κατατάσσεται σε καμία κατηγορία άμεσου κόστους.

Συγκεκριμένα, τα Γενικά έξοδα είναι τα εξής :

- Τα έξοδα που δεν σχετίζονται άμεσα με την παραγωγή όπως η συντήρηση μηχανολογικού εξοπλισμού.
- Τα έξοδα που είναι σχετικά μικρά και μολονότι σχετίζονται άμεσα με το προϊόν δεν τα συμπεριλαμβάνουμε στα άμεση κόστη (π.χ. τα κόστη διανομής των προϊόντων).

Ωστόσο, εξαιτίας της γενικής φύσης αυτών των εξόδων, ο εντοπισμός τους δεν είναι ιδιαίτερα απλός. Έτσι λοιπόν, τα γενικά έξοδα της «Λύτρας Μελισσοκομική» διαχωρίζονται στις κατηγορίες που ακολουθούν:

- Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα: Τα γενικά βιομηχανικά έξοδα περιλαμβάνουν τα έξοδα συντήρησης και επισκευών του μηχανολογικού εξοπλισμού, τη σήμανση των προϊόντων και τα διάφορα νομικά έξοδα. Επίσης, στα γενικά βιομηχανικά έξοδα συνυπολογίζονται και τα έξοδα που αφορούν στην καθαριότητα και στην απολύμανση των εγκαταστάσεων του κτιρίου, τα οποία πρόκειται να αναλάβει κάποιο συνεργείο καθαρισμού με το οποίο η εταιρεία θα υπογράψει κάποιο συμβόλαιο με σκοπό την παροχή υπηρεσιών καθαριότητας σε εβδομαδιαία βάση. Τέλος, σε αυτή την κατηγορία γενικών εξόδων εντάσσονται και οι δαπάνες της εταιρείας που σχετίζονται με τη χρήση των τηλεπικοινωνιακών παροχών καθώς και παροχών ύδρευσης και ρεύματος.

- Διοικητικά Γενικά Έξοδα: Τα έξοδα αυτά αφορούν την διεύθυνση και τις υπηρεσίες γραφείου. Συγκεκριμένα, εντάσσονται όλα τα έξοδα που σχετίζονται με τα εφόδια γραφείου και τα αναλώσιμα καθώς και τα ασφάλιστρα.
- Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής: Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει όλα τα έξοδα που προέρχονται από τις πωλήσεις και τη διανομή, δηλαδή τα έξοδα του μάρκετινγκ. Για παράδειγμα, τα έξοδα αυτά αφορούν ταξίδια και επικοινωνίες, προκειμένου να ενισχυθούν οι πωλήσεις και να προωθηθούν τα προϊόντα.

Όσον αφορά τα έξοδα σχετικά με την χρήση υπηρεσιών κοινής ωφέλειας (ηλεκτρισμός, ύδρευση), τα οποία εξυπηρετούν λειτουργίες πέραν της παραγωγικής διαδικασίας, αυτά έχουν αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Επίσης το ίδιο συμβαίνει και με τους μισθούς του προσωπικού, που δεν σχετίζονται άμεσα με την παραγωγή και δεν συνυπολογίζονται στα γενικά έξοδα, όμως εμπεριέχονται στο κόστος του ανθρώπινου δυναμικού (Κεφάλαιο 7). Τέλος, οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού και τα λοιπά χρηματοοικονομικά έξοδα θα αναλυθούν λεπτομερώς στο Κεφάλαιο 9 που αφορά στην χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης.

Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα στοιχεία που αφορούν τα γενικά έξοδα της επιχείρησης για όλα τα έτη λειτουργίας της. Λαμβάνουμε ως δεδομένο, ότι τα έξοδα αυτά είναι ανεξάρτητα του όγκου παραγωγής, οπότε γενικότερα από την φύση τους είναι σταθερά έξοδα. Ωστόσο, τα έξοδα νομικών υπηρεσιών τον πρώτο χρόνο θα είναι αυξημένα λόγω τη ίδρυσης της εταιρείας, ενώ μετά θα είναι περίπου σταθερά. Επίσης, τα υπόλοιπα έξοδα υποθέτουμε, ότι θα είναι σχεδόν σταθερά κάθε χρόνο με αμελητέες διαφορές. Από τον πρώτο χρόνο η εταιρεία θα κάνει πολλές επαφές με πελάτες καθώς και αρκετά ταξίδια για να αποκτήσει ευρεία γκάμα πελατών. Από τον 2^ο χρόνο και μετά όμως, που η επιχείρηση θα έχει κάνει τις επαφές της, αυτά τα έξοδα θα μειωθούν στο 50% και θα βαίνουν σταθερά κάθε χρόνο.

No.	Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	Ποσά (1 ^ο έτος)	Ποσά (2 ^ο έτος σταθερά από εδώ και πέρα)
1	Συνεργείο καθαρισμού	1.200	1.200
2	Συντήρηση εξοπλισμού	1.000	1.000
3	Σήμανση προϊόντος	500	0
4	Μεταφορά διανομής προϊόντων	2.000	2.000
5	Τηλεπικοινωνιακές παροχές	2.500	2.500
6	Νομικά και άλλα έξοδα	3.000	500
7	Διοικητικά Γενικά Έξοδα		
8	Εφόδια γραφείου	1.000	1.000
9	Ασφάλιστρα	3.500	3.500
10	Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής		
11	Επικοινωνίες	2.000	2.000
12	Ταξίδια	3.000	1.500
	Σύνολο	19.700	15.200

7. Ανθρώπινοι Πόροι

7.1 Κατηγορίες και λειτουργίες ανθρώπινων πόρων

Σημαντικό τμήμα της προμελέτης αποτελεί η εύρεση του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού που χρειάζεται η επιχείρηση καθώς επίσης και η εκτίμηση των υπόλοιπων αναγκαίων πόρων που θα διατεθούν για το επενδυτικό σχέδιο. Συνεπώς, η επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να διεξαχθεί με ιδιαίτερη προσοχή, καθώς αποτελεί βασικός παράγοντας της επιτυχίας του επενδυτικού σχεδίου.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα είναι μικρού μεγέθους, οπότε έχει υπολογιστεί, ότι θα απασχοληθούν 5 άτομα συμπεριλαμβανομένης και της ιδιοκτήτριας, η οποία θα εποπτεύει όλα τα τμήματα αλλά κυρίως το τμήμα της παραγωγής στο οποίο θα ειδικευτεί. Προκειμένου η διαδικασία της στελέχωσης πρέπει να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν πληρέστερα στις ανάγκες της μονάδας. Οι ανθρώπινοι πόροι που απαιτούνται είναι σκόπιμο να καθορίζονται από τις κατηγορίες και τις λειτουργίες της εταιρείας, όπως είναι στην προκειμένη περίπτωση η διοίκηση, η παραγωγή, το μάρκετινγκ και το οικονομικό τμήμα.

Συμπερασματικά, έπειτα από ανάλυση των εργασιών που θα πρέπει να εκτελεστούν, προκύπτουν δύο κατηγορίες στις οποίες θα διακρίνονται οι ανθρώπινοι πόροι που θα στελεχώσουν την επιχείρηση:

- Διευθυντικά στελέχη
- Ειδικευμένοι εργάτες παραγωγής

7.1.1 Διευθυντικά στελέχη

Ο τρόπος που κάποιος καθοδηγεί μια επιχείρηση επηρεάζει άμεσα την αποτελεσματικότητα της διαχείρισης της. Απαιτείται αρμονική συνεργασία και επιτυχή συντονισμό όλων των ενεργειών του διευθυντικού προσωπικού. Κατά συνέπεια, οι θέσεις αυτές θεωρούνται κρίσιμες και η πλήρωση τους θα πρέπει να γίνεται από άτομα που διαθέτουν την ανάλογη εμπειρία, ικανότητες και δεξιότητες. Όπως έχει προαναφερθεί, τα άτομα αυτά, δηλαδή οι διευθυντές του τμήματος παραγωγής, μάρκετινγκ και οικονομικού τμήματος θα εποπτεύονται από την ιδιοκτήτρια της εταιρείας.

7.1.2 Ειδικευμένοι εργάτες παραγωγής

Για τη σωστή λειτουργία κάθε επιχειρηματικής μονάδας, εκτός από την πρόσληψη των διευθυντικών στελεχών, είναι απαραίτητη και η πρόσληψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Οι απαιτήσεις σε εργατικό δυναμικό θα προσδιοριστούν με βάση την προγραμματισμένη εναλλαγή ωραρίου που πρόκειται να εφαρμόσει η μονάδα σε συνδυασμό με τα επίπεδα παραγωγής τα οποία θα πρέπει να επιτευχθούν. Επιπλέον, σύμφωνα με το είδος της εργασίας που θα πρέπει να εκτελεστεί καθορίζονται οι προδιαγραφές των απαιτήσεων για το εργατικό δυναμικό και φυσικά θα λαμβάνονται υπόψιν και τυχόν ανάγκες για περεταίρω εκπαίδευση.

Όσον αφορά την συγκεκριμένη μονάδα, θα χρειαστούν 2 ειδικευμένοι εργάτες οι οποίοι θα έχουν εμπειρία στην παραγωγή των προϊόντων της μέλισσας και θα είναι αποτελεσματικοί και αποδοτικοί. Θα συνεργάζονται με τον ιδρυτή της επιχείρησης, ο οποίος, επίσης θα ασχολείται με την παραγωγή του μελιού και τον χειρισμό των μηχανημάτων, ιδιαίτερα τους μήνες που η ζήτηση θα είναι αυξημένη.

7.2 Εργασιακό περιβάλλον και εργατικό δίκαιο

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε κάποια βασικά εργατικά δικαιώματα που θα έχουν οι υπάλληλοι της εταιρείας καθώς και τις συνθήκες εργασίας, διότι είναι σημαντικό να προστατεύονται τα δικαιώματα των εργαζομένων για να είναι κι εκείνοι με την σειρά τους ικανοποιημένοι.

Συγκεκριμένα, στη χώρα μας οι εργαζόμενοι απολαμβάνουν της προστασία όλων των σχετικών διατάξεων του ατομικού και συλλογικού Εργατικού Δικαίου. Σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διατάξεις, ως νόμιμο ωράριο εργασίας καθιερώνεται για τη βιομηχανία η διάρκεια της εβδομαδιαίας εργασίας σε 40 ώρες και η εβδομάδα των 5 εργάσιμων ημερών. Η Κυριακή ορίζεται ως ημέρα ανάπαυσης και ως εκ τούτου, η υπερωριακή και έκτακτη εργασία τις Κυριακές αμείβεται με προσαύξηση 75%. Επιπλέον, όταν η απασχόληση των μισθωτών υπερβαίνει τα χρονικά όρια του νόμιμου ωραρίου εργασίας, για κάθε πρόσθετη ώρα υπερεργασίας καταβάλλεται το ωρομίσθιο αυξημένο κατά 25%.

Ως προς τις παροχές και τα δικαιώματα των εργαζομένων, ο εργοδότης δεσμεύεται βάσει των αντίστοιχων υποχρεώσεων. Συγκεκριμένα, ο εργοδότης έχει την υποχρέωση παροχής άδειας με αποδοχές στους εργαζόμενους, καθώς και την υποχρέωση παροχής άδειας για λόγους υγείας. Επιπλέον, υποχρεούται να καταβάλλει τα προβλεπόμενα, από τους οικείους νόμους, επιδόματα. Ο νόμος προβλέπει, επίσης και την προστασία των εργαζομένων από αυθαίρετες και αδικαιολόγητες απολύσεις.

Ο εργοδότης επιπλέον, είναι υπεύθυνος να ρυθμίζει όλα τα σχετικά ζητήματα που αφορούν τις συνθήκες υγείας και ασφάλειας που επικρατούν στους χώρους εργασίας με γνώμονα την προστασία των εργαζομένων. Υποχρέωση του είναι να προσφέρει περίθαλψη σε όλους καθώς και ιατρική κάλυψη. Τέλος, σε περίπτωση εργατικού ατυχήματος, γίνεται διερεύνηση των αιτιών και των συνθηκών με βάση των οποίων υπολογίζεται το βάρος της ευθύνης του εργοδότη και αποφασίζεται πιθανή αποζημίωση.

Η εν λόγω επιχείρηση επιθυμεί λόγω της φύσης των εργασιών της που χαρακτηρίζονται από κάποια επικινδυνότητα, να παράσχει ιδιωτική ασφάλεια στους υπαλλήλους με ομαδικό ασφαλιστήριο συμβόλαιο, το κόστος του οποίου κυμαίνεται κατά ετήσιο μέσο ορό 300,00 ευρώ ανά υπάλληλο.

7.3 Ανάγκες του επενδυτικού σχεδίου σε ανθρώπινο δυναμικό

Οι ανάγκες της επιχείρησης σε ανθρώπινους πόρους, όσον αφορά τον αριθμό, την ειδικότητα τους και την εμπειρία που απαιτείται, καθορίζονται από τον τύπο της βιομηχανίας, την τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί, το μέγεθος της μονάδας και τον τρόπο που γενικότερα θα οργανωθεί.

Συμπερασματικά, λόγω του μικρού μεγέθους της συγκεκριμένης επιχείρησης, οι ανάγκες σε προσωπικό δε θα είναι αυξημένες, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Επομένως, πιο αναλυτικά θα χρειαστούμε τα παρακάτω άτομα με τις συγκεκριμένες δεξιότητες, όπως αναφέρονται και παρακάτω:

- Τμήμα Διοίκησης: Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, η ιδρύτρια της εταιρείας θα την διοικεί κιόλας και θα αναλαμβάνει όλες τις ευθύνες για τον συντονισμό της επιχείρησης και την επίτευξη των στόχων, δεδομένου βέβαια, ότι οι σπουδές στην διοίκηση των επιχειρήσεων και τα μακροχρόνια σεμινάρια στον συγκεκριμένο κλάδο την καθιστούν ικανή να μπορεί να διοικήσει και να οργανώσει μια τέτοια επιχείρηση. Φυσικά, η μεγάλη θέληση και επιθυμία που την διακατέχει για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι τέτοια, ώστε να την καθιστά ικανή να διοικήσει αυτήν την μικρού μεγέθους οντότητα.
- Τμήμα Παραγωγής: Το τμήμα παραγωγής θα διοικείται από την ιδρύτρια της επιχείρησης, στην εποπτεία της οποίας θα βρίσκονται δύο επιπλέον άτομα, που και τα δυο μαζί θα απασχολούνται στην παραγωγή του μελιού και στην συσκευασία του. Θα πρέπει να έχουν μεγάλη εμπειρία στον συγκεκριμένο κλάδο και να είναι αποδοτικοί στις περιόδους αυξημένης ζήτησης και μεγάλων παραγγελιών. Επίσης, θα πρέπει να είναι πολύ καλοί χρήστες των μηχανημάτων που θα χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία. Γι' αυτό το σκοπό, θα υποβληθούν σε μια δοκιμαστική εξέταση εκτελώντας μια παραγγελία πριν προσληφθούν, έτσι ώστε να αξιολογηθούν οι ικανότητές τους στην πράξη.
- Τμήμα Μάρκετινγκ: Η συγκεκριμένη θέση είναι ιδιαίτερα σημαντική διότι ο υπεύθυνος του τμήματος αυτού θα συμμετάσχει στον καθορισμό της τιμής του προϊόντος, δεδομένου του ανταγωνισμού και της ζήτησης που θα υπάρχει την κάθε χρονική περίοδο, καθώς επίσης θα ασχολείται και με την προώθηση του προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, θα βρει σημεία πώλησης, όπως μεγάλους εμπόρους με μεγάλη πελατεία που θα εμπιστευτούν το προϊόν και θα αναλάβουν να το προωθήσουν στον τελικό καταναλωτή. Επιπλέον, θα ασχοληθεί με την διαφήμιση του προϊόντος και τον τρόπο με τον οποίο θα γίνει ευρέως γνωστό. Ωστόσο, οι προτάσεις του υπεύθυνου Μάρκετινγκ φυσικά θα αποφασίζονται σε συνεργασία με το Οικονομικό τμήμα ώστε να διαπιστώνεται ότι είναι οικονομικά εφικτό να γίνει μια διαφημιστική καμπάνια η οποία τελικώς θα εγκρίνεται από την

διοίκηση.

- Οικονομικό Τμήμα: Ο επικεφαλής του τμήματος αυτού θα αναλάβει όπως είπαμε και παραπάνω τις λογιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις της εταιρείας. Επιπλέον, θα ασχολείται και με τον οικονομικό προγραμματισμό και τις οικονομικές αναλύσεις που θα πρέπει να γίνονται. Επομένως, το τμήμα αυτό θα έχει ένα άρτια πεπειραμένο άτομο με προπτυχιακές και μεταπτυχιακές σπουδές στα οικονομικά και με εξειδίκευση στα λογιστικά και φορολογικά το οποίο θα παρουσιάζει τα αποτελέσματα και την οικονομική πορεία της επιχείρησης στον ιδιοκτήτη σε μηνιαία βάση.

7.4 Διαθεσιμότητα ανθρώπινου δυναμικού

Οι ειδικότητες που απαιτούνται για την συγκεκριμένη επιχείρηση είναι διαθέσιμες στην αγορά και μάλιστα υπερκαλύπτουν την ζήτηση, ωστόσο η δυσκολία έγκειται στο ότι η επιχείρηση θα βρίσκεται στον νομό Αιτωλοακαρνανίας και ίσως δυσκολευτούμε να βρούμε εξειδικευμένα στελέχη. Επομένως, θα αναζητήσουμε προσωπικό έξι μήνες νωρίτερα από την ίδρυση της εταιρείας, έτσι ώστε να υπάρχει αρκετός χρόνος για την εύρεση των κατάλληλων ατόμων.

7.5 Προγραμματισμός πρόσληψης προσωπικού

Αφού εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητα του ανθρώπινου δυναμικού και καθοριστούν τα ακριβή καθήκοντα των θέσεων εργασίας, στην συνέχεια ακολουθεί η διαδικασία της πρόσληψης υποψηφίων. Προκειμένου να παρασχεθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα του τρόπου πλήρωσης των θέσεων εργασίας, τα στάδια της διαδικασίας θα παρουσιαστούν παρακάτω.

Τα στάδια εντοπισμού των πιθανών υποψηφίων και η διαδικασία πρόσκλησής τους για την κάλυψη των θέσεων έχουν ως στόχο την συγκέντρωση των πιο ικανών από αυτούς. Οι πηγές στις οποίες θα απευθυνθεί και θα βασιστεί η επιχείρηση είναι οι εξής:

- Εταιρίες ευρέσεως εργασίας

- Επαγγελματικά κοινωνικά δίκτυα
- Προτάσεις από έμπιστες πηγές
- Πανεπιστημιακά ιδρύματα

Η διαδικασία της επιλογής προσωπικού περιλαμβάνει την συγκέντρωση πληροφοριών και την αξιολόγηση των υποψηφίων, έτσι ώστε να επιλεγθούν οι καταλληλότεροι για την κάθε θέση. Η επιχείρηση θα ακολουθήσει τα εξής βήματα κατά την διαδικασία επιλογής:

- Εξέταση Βιογραφικών: σε αυτό το στάδιο εξετάζεται το περιεχόμενο των βιογραφικών που έχουν συγκεντρωθεί και επιλέγονται τα προφίλ των υποψηφίων που φαίνονται να είναι τα πιο κατάλληλα για την θέση.
- Συνέντευξη: η διαδικασία της συνέντευξης περιλαμβάνει την επικοινωνία μεταξύ του υπεύθυνου της επιχείρησης και του υποψηφίου, κατά την οποία ο υποψήφιος καλείται να παρουσιάσει και να αναλύσει την επαγγελματική του κατάρτιση και την εμπειρία του σχετικά με το αντικείμενο στο οποίο καλείται να ανταπεξέλθει. Κατά την διάρκεια της συνέντευξης, υποβάλλονται στον υποψήφιο διάφορες ερωτήσεις με σκοπό η ανάκτηση πληροφοριών σχετικών με την προσωπικότητα και τα ενδιαφέροντα του.
- Πρακτικές Δοκιμασίες: Οι υποψήφιοι που θα καταφέρουν να περάσουν επιτυχώς το στάδιο των συνεντεύξεων θα υποβληθούν σε μια σειρά από πρακτικές δοκιμασίες.
- Προσφορά Εργασίας: Η τελική απόφαση της επιλογής των προσώπων που θα καλύψουν τις θέσεις εργασίας, πρόκειται να στηριχθεί στη συγκριτική αξιολόγηση μεταξύ των επικρατέστερων υποψηφίων και στην ανάδειξη του πλέον κατάλληλου για κάθε θέση. Η απόφαση αυτή θα συνοδεύεται από την μισθολογική προσφορά στον αντίστοιχο υποψήφιο και από την υπογραφή της σύμβασης εργασίας.

7.6 Εκτιμήσεις Κόστους εργασίας

Η έννοια της αμοιβής εργασίας περιλαμβάνει κάθε παροχή που δίδεται στον εργαζόμενο με τη μορφή μισθού, αποδοχών, οφέλους άμεσου ή έμμεσου, σε χρήματα ή είδος. Βασικό αντικείμενο της εργασιακής σχέσης αποτελεί ο μισθός μαζί με την εργασία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο μισθός αποτελεί την αιτία για την οποία παρέχεται η εργασία, αφού χωρίς την ύπαρξη υποχρέωσης καταβολής μισθού δεν υφίσταται σύμβαση εξαρτημένης εργασίας (Εργατικό Δίκαιο, Ζερδέλης Δ, 2012).

Πιο αναλυτικά, η αμοιβή αποτελείται από:

- την άμεση οικονομική παροχή, η οποία αφορά το χρηματικό ποσό το οποίο εισπράττει ο εργαζόμενος και σχετίζεται άμεσα με την παροχή έργου από την πλευρά του και
- την έμμεση οικονομική παροχή, η οποία αφορά τις επιπλέον υποχρεώσεις του εργοδότη, όπως η κοινωνική και ιατρική ασφάλιση και οι λοιπές παροχές που στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι η ιδιωτική ασφάλεια. Σε κάθε περίπτωση, το «πακέτο αμοιβών», όπως αλλιώς ονομάζεται, αποτελεί σημαντικό κίνητρο προσέλκυσης των εργαζόμενων και εύκολα επηρεάζει την απόδοση τους στην εργασία. Επομένως, η πολιτική αμοιβών που θα ακολουθηθεί θα πρέπει να εκτιμάται με προσοχή και να λαμβάνονται προσεκτικά υπόψιν οι προσδοκίες των εργαζομένων, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι θα αγνοείται η συμμετοχή που έχει το κόστος εργασίας στο συνολικό κόστος της μονάδας.

Η πολιτική αμοιβών, δηλαδή το σύστημα απόδοσης μισθών που πρόκειται να εφαρμόσει η επιχείρηση, θα έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Βασική αμοιβή: αναφέρεται στην αμοιβή του υπαλλήλου, όπως φαίνεται και από την σύμβαση εργασίας του.
- Υπερωριακή αμοιβή: σύμφωνα με τον Ν. 3863/10 άρθρο 74 αναφέρονται τα ποσοστά τα υπερωρίας και υπερεργασίας που θα πληρώνονται οι υπάλληλοι στις περιόδους αυξημένης ζήτησης, που αναγκαστικά θα εργάζονται παραπάνω από τις κανονικές ώρες εργασίας.
- Μέθοδος πληρωμής: Η πληρωμή θα γίνεται σε όποιο τραπεζικό λογαριασμό δηλώσει ο εργαζόμενος, αρκεί να είναι στο όνομά του και θα πραγματοποιείται την τελευταία εργάσιμη κάθε μήνα.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι αμοιβές που προϋπολογίζονται για τους εν λόγω υπάλληλους.

Να σημειωθεί, ότι η αμοιβή της ιδρύτριας της εταιρείας θα προέρχεται από τα κέρδη της επιχείρησης.

Ειδικότητα	Αριθμός ατόμων	Μηνιαίος Μισθός Μεικτός	Μηνιαίες Εργοδοτικές εισφορές	Συνολικό ετήσιος Κόστος
Ειδικευμένος Εργάτης Παραγωγής	2	1.200,00	300,00	42.000,00
Υπεύθυνος Μάρκετινγκ	1	2.000,00	500,00	35.000,00
Υπεύθυνος Οικονομικού Τμήματος	1	2.000,00	500,00	35.000,00
Ομαδικό ασφαλιστήριο συμβόλαιο	4		-	1.200,00
Σύνολο				113.200,00

Παρακάτω παρατίθεται σε πίνακα ο προϋπολογισμός των εξόδων ανθρώπινου δυναμικού και των παροχών τους για όλη την οκταετία και εκτιμάται, ότι κάθε διετία θα πραγματοποιείται αύξηση στο προσωπικό της τάξεως του 10%.

Προϋπολογισμός εξόδων ανθρώπινου δυναμικού και άλλων παροχών

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Έξοδα ανθρώπινων πόρων και άλλων παροχών	113.200	113.200	124.520	124.520	136.972	136.972	150.669	150.669

7.7 Έννοια του προγραμματισμού εκτέλεσης έργου

Ο Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου αναφέρεται στη χρονική περίοδο που εκτείνεται από τη λήψη της απόφασης για την πραγματοποίηση της επένδυσης, μέχρι τη στιγμή

που η νέα μονάδα θα είναι σε θέση να ξεκινήσει την παραγωγική διαδικασία. Η συγκεκριμένη φάση του έργου περιλαμβάνει όλες τις αναγκαίες εργασίες που θα οδηγήσουν το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας.

Θα δημιουργηθεί ένα αναλυτικό χρονοδιάγραμμα για το ποιές διαδικασίες πρέπει να γίνουν, πόσο χρόνο θα διαρκέσει η κάθε διαδικασία και τι πόροι πρέπει να αντληθούν.

Θα ακολουθήσει επίσης, πιο αναλυτική περιγραφή αυτού του χρονοδιαγράμματος καθώς και των διαδικασιών.

Οι διαδικασίες του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου είναι οι ακόλουθες:

- Καθορισμός του τύπου των εργασιών εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, οι οποίες είναι αναγκαίες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου.
- Προετοιμασία ενός χρονοδιαγράμματος ,το οποίο να μην είναι πολύ πιεστικό και να λαμβάνει υπόψη του την πιθανότητα καθυστέρησης κάποιας διαδικασίας.
- Καθορισμός των απαιτούμενων πόρων για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας και αναφορά του αντιστοίχου κόστους.
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού ώστε να εξασφαλιστούν οι κατάλληλοι και απαιτούμενοι πόροι για την υλοποίηση αυτού του επενδυτικού σχεδίου.
- Ανάλυση όλων των στοιχείων της διεκπεραίωσης του έργου ,ώστε το χρονοδιάγραμμα να είναι ρεαλιστικό και εφικτό στην υλοποίησή του, όσο γίνεται.

7.8 Διαχείριση αρμοδιοτήτων

Η ιδρύτρια της εταιρείας στην συγκεκριμένη επιχείρηση θα οργανώσει όλο τον προγραμματισμό και το χρονοδιάγραμμα που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η δημιουργία της εταιρείας, διότι δεδομένου του μικρού μεγέθους της δεν κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία επιτελείου ανθρώπων που θα συμβάλλουν σε αυτό αλλά η

ιδρύτρια με την εμπειρία της, τις δεξιότητές της και με την προσπάθεια της θα τα βγάλει εις πέρας. Γενικότερα, είτε πρόκειται για μικρού είτε για μεγάλου μεγέθους επιχείρησης, αναγνωρίζεται ότι μια δομημένη προσέγγιση, ο σχεδιασμός και η διαχείριση των έργων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχία. Η διαχείριση του έργου αποτελείται από τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις μεθόδους, τις τεχνικές και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για το σχεδιασμό και τη διαχείριση των εργασιών του έργου. Επίσης, καθερώνεται μ' αυτόν τον τρόπο μια υγιή βάση για αποτελεσματικό σχεδιασμό, προγραμματισμό, παροχή πόρων, λήψη αποφάσεων, διαχείριση και αναθεώρηση του σχεδίου. Οι δεξιότητες διαχείρισης του έργου βοηθούν στην ολοκλήρωση των έργων που σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα, τον προϋπολογισμό και τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί.

Επίσης, συμβάλλουν και στην επίτευξη των υπόλοιπων στόχων του οργανισμού, όπως της παραγωγικότητας, της ποιότητας και της αποδοτικότητας. Σκοπός της διαχείρισης του έργου είναι η διασφάλιση ότι η υλοποίησης πληροί τους συμφωνημένους στόχους του χρόνου, του κόστους και του πεδίου εφαρμογής.

Τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν κατά τον προγραμματισμό της εκτέλεσης του έργου είναι τα ακόλουθα:

- Καταγραφή των αναγκών σε προμηθευτές πρώτων και βοηθητικών υλών και κατασκευαστών του μηχανολογικού εξοπλισμού.
- Αξιολόγηση των προσφορών μεταξύ κατασκευαστών για τον εντοπισμό του καλύτερου κατασκευαστή ή προμηθευτή εξοπλισμού, καθώς και εύρεση πληροφοριών για την φήμη τους και τον επαγγελματισμό τους.
- Αποφυγή των καθυστερήσεων στην εκτέλεση του έργου.
- Τήρηση του προϋπολογισμού και αποφυγή υπερβάσεων στα κόστη.
- Εξασφάλιση των προδιαγραφών εκτέλεσης.
- Εξασφάλιση της ασφάλειας των έργων.
- Οργάνωση αποτελεσματικού μάρκετινγκ των προϊόντων
- Ανεύρεση κατάλληλων στελεχών, υπαλλήλων και εργατών.
- Εγκατάσταση συστήματος για την επίβλεψη και συντονισμό του έργου.

Απαιτείται λοιπόν, αποτελεσματικός προγραμματισμός των εργασιών και συνακόλουθων δραστηριοτήτων, έτσι ώστε το επενδυτικό πρόγραμμα να πραγματοποιηθεί χωρίς καθυστερήσεις και υπερβάσεις κόστους. Τα βασικότερα στάδια προγραμματισμού της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου δεν ακολουθούν κάποια αυστηρή αλληλουχία, αλλά συνήθως υπάρχει αλληλοκάλυψη με σύγχρονο προγραμματισμό των διαφόρων δραστηριοτήτων. Συνεπώς, είναι απαραίτητο να προηγηθεί αναλυτικός σχεδιασμός των επιμέρους σταδίων που εντάσσονται στο γενικό χρονοδιάγραμμα, εφόσον κάθε ένα από αυτά διαθέτει το δικό του χρονικό προγραμματισμό, που πρέπει πάντα να τηρείται.

8. Στάδια Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

8.1 Αναλυτική παρουσίαση των σταδίων εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν αναλυτικά τα στάδια εκτέλεσης του έργου, καθώς και των επιμέρους εργασιών και δραστηριοτήτων, όπως έχει προγραμματιστεί να γίνουν.

➤ Σύσταση της εταιρείας

Η διαδικασία σύστασης της «Λύτρας Μελισσοκομική» περιλαμβάνει τις παρακάτω ενέργειες:

- Σύνταξη και υπογραφή καταστατικού ίδρυσης.
- Συμφωνία με την τράπεζα για την χρηματοδότηση της εταιρείας.
- Επίσημη αίτηση έναρξης προς τις αρχές (π.χ. Εφορία, ΙΚΑ, ΓΕΜΗ)
- Επίσημη άδεια και κατοχύρωση της επωνυμίας «Λύτρας Μελισσοκομική» καθώς και του Brand name

➤ Μηχανολογικά σχέδια

Τα μηχανολογικά σχέδια εξοπλισμού, όπως έχουν αναλυθεί στο κεφάλαιο 5 θα ανατεθούν σε τρίτους, οι οποίοι θα αναλάβουν να τα υλοποιήσουν. Η ευθύνη για τη δημιουργία των τελικών σχεδίων, των περιγραφών, των καταστάσεων υλικών, καθώς και των προδιαγραφών ανήκει στις εταιρείες στις οποίες έχουν ανατεθεί και οι οποίες οφείλουν να συντονίσουν τις προσπάθειές τους, προκειμένου να καταλήξουν σε μια κοινή απόφαση, όσον αφορά στα τελικά σχέδια της μονάδας, με γνώμονα να αντιστοιχούν στην πλέον λειτουργική λύση για την επιχείρηση.

➤ **Προγραμματισμός χρηματοδότησης**

Εφόσον το ύψος των κεφαλαίων που απαιτούνται για την συγκεκριμένη επένδυση έχει υπολογιστεί, καθώς και το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης της, θα πρέπει να ξεκινήσουν και οι απαραίτητες ενέργειες για τον εντοπισμό των πηγών χρηματοδότησης. Αυτό σημαίνει, ότι θα πρέπει να γίνουν οι σχετικές ενέργειες προκειμένου να εξασφαλιστεί η κάλυψη των υπόλοιπων αναγκών σε κεφάλαια από εξωτερική χρηματοδότηση με τη μορφή τραπεζικού δανείου, ώστε να αποφευχθεί ο κίνδυνος επιβίωσης του επενδυτικού σχεδίου. Προϋπόθεση γι' αυτό είναι να καθοριστεί το ύψος της ίδιας συμμετοχής και να έχει προηγηθεί μια ρεαλιστική εκτίμηση του ύψους της επένδυσης.

➤ **Απόκτηση μηχανολογικού εξοπλισμού**

Στο Κεφάλαιο 5 αναλύθηκαν οι σχετικές ενέργειες που αφορούν τη συμφωνία ως προς του όρους απόκτησης και μεταφοράς της τεχνολογίας, επομένως στο συγκεκριμένο στάδιο απομένει η παραλαβή του μηχανολογικού εξοπλισμού και η εγκατάσταση του μέσα στη μονάδα. Στο στάδιο αυτό, επιπλέον, έχει προγραμματιστεί να γίνει και η παραλαβή των βοηθητικών μηχανημάτων και οχημάτων που θα συμπληρώσουν τον εξοπλισμό της μονάδας.

➤ **Πρόσληψη προσωπικού**

Στο στάδιο αυτό θα ολοκληρωθούν οι σχετικές ενέργειες που αφορούν τον εντοπισμό του ανθρώπινου δυναμικού που θα επανδρώσει την επιχείρηση (όπως επίσης αναλύθηκε και στο Κεφάλαιο 7). Καθώς τα άτομα που θα προσληφθούν θα έχουν εξειδίκευση και την απαιτούμενη πείρα, κρίνεται να γίνει απλώς μια τυπική εκπαίδευση κυρίως όσον αφορά την χρήση των μηχανημάτων και των συστημάτων της εταιρείας.

➤ **Προμήθεια πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων**

Σε αυτό το στάδιο πραγματοποιούνται οι σχετικές δραστηριότητες με την προμήθεια όλων των επιμέρους εισροών που είναι απαραίτητες για τη λειτουργία της μονάδας, προκειμένου να μην υπάρξει οποιαδήποτε χρονική καθυστέρηση κατά την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας. Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 4, η επιχείρηση επιθυμεί να διακρατεί ένα απόθεμα της τάξης του 5% για να μην προκύψει κάποια ανάγκη ή κάποια έκτακτη παραγγελία που δεν θα μπορεί να εξυπηρετήσει. Η εύρεση των προμηθευτών θα γίνει με συγκεκριμένο τρόπο, όπως έχει αναλυθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, διότι η εταιρεία επιθυμεί να δημιουργήσει μακροχρόνιες σχέσεις συνεργασίας.

➤ **Μάρκετινγκ**

Η εύρεση πελατών, δηλαδή το δίκτυο διανομής, θα πρέπει να ξεκινήσει πολύ νωρίτερα από την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας, ώστε να εξασφαλιστεί, ότι οι εκροές θα μπορέσουν να προωθηθούν, όπως προβλέπεται από το αντίστοιχο χρονοδιάγραμμα. Με αυτόν τον τρόπο μόλις ξεκινήσει η παραγωγή, η εταιρεία θα μπορεί να πραγματοποιήσει πωλήσεις αμέσως αφού το τμήμα μάρκετινγκ θα συμφωνήσει σε συμβάσεις πώλησης προϊόντων. Αυτά τα αρχικά έσοδα όμως θα αρχίσουν να ξεπληρώνουν την εξωτερική χρηματοδότηση και τις οφειλές της εταιρείας.

➤ **Συντονισμός και έλεγχος**

Στο τελικό στάδιο του προγραμματισμού, απαιτείται η ιδρύτρια να προχωρήσει σε καθολική επιθεώρηση της μονάδας με σκοπό να διαπιστωθεί ότι η κατασκευή της είναι άρτια. Επιπλέον, ταυτόχρονα θα πρέπει να γίνει συντονισμός των επιμέρους εργασιών καθώς και έλεγχος της λειτουργίας του μηχανολογικού εξοπλισμού. Οι ενέργειες αυτές συνίσταται να γίνουν συνδυαστικά με την πειραματική λειτουργία της μονάδας που είναι ιδιαίτερως σημαντική, γιατί καθιστά δυνατό τον εντοπισμό ενδεχόμενων ανωμαλιών κι επομένως την πρόληψη αυτών. Τέλος, θα πρέπει και το προσωπικό να ενημερωθεί για τα ακριβή καθήκοντα του και τις ευθύνες του, έτσι ώστε να διασφαλιστεί ότι η επιχείρηση είναι έτοιμη να ξεκινήσει την παραγωγική διαδικασία.

8.2 Χρονικός προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Η δημιουργία ενός αποτελεσματικού και ισορροπημένου χρονοδιαγράμματος των απαιτούμενων εργασιών, μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω του ακριβούς προγραμματισμού εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου αφήνοντας και ένα μικρό περιθώριο σε κάποιες πιθανές καθυστερήσεις. Συνεπώς, οι περίοδοι που απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε σταδίου του έργου πρέπει να υπολογίζονται πολύ προσεκτικά προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ανταποκρίνονται στα δεδομένα, εκφράζοντας συγχρόνως ρεαλιστικές εκτιμήσεις. Για το σχεδιασμό λοιπόν του χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του παρόντος επενδυτικού σχεδίου, ελήφθησαν υπόψη τα προαναφερθέντα στάδια εκτέλεσης του έργου, η ολοκλήρωση καθενός εκ των οποίων υπολογίζεται να απαιτήσει το πέρας των ακόλουθων χρονικών διαστημάτων:

- Σύσταση της εταιρείας και νομικές απαιτήσεις → 1 μήνας
- Μηχανολογικά σχέδια → 3 μήνες
- Προγραμματισμός χρηματοδότησης → 2 μήνες
- Απόκτηση μηχανολογικού εξοπλισμού → 3 μήνες
- Πρόσληψη προσωπικού → 3 μήνες
- Προμήθεια πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων → 3 μήνες
- Μάρκετινγκ πριν την παραγωγή → 2 μήνες
- Επιθεώρηση, συντονισμός, έλεγχος → 1 μήνας

Συμπερασματικά, η επιχείρηση θα πρέπει να ξεκινήσει 4 μήνες πριν για να υλοποιεί το κάθε στάδιο εκτέλεσης του έργου, διότι οι περισσότερες διαδικασίες θα χρειαστούν 3 μήνες και δεδομένου ότι όλα αυτά θα τα αναλάβει η ιδρύτρια που έχει και την επίβλεψη, προγραμματίζεται λοιπόν ένα χρονοδιάγραμμα 4 μηνών.

8.3 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος

Ο υπολογισμός του κόστους των πόρων που απαιτούνται για την εκτέλεση του επενδυτικού προγράμματος πρέπει να γίνει πολύ προσεκτικά, ώστε να περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες που πρόκειται να καταβληθούν για τις εργασίες, εντός και εκτός της μονάδας, που είναι απαραίτητες για να φέρουν το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας. Τα κόστη της σύστασης, του μηχανολογικού εξοπλισμού, των προμηθευτών, του ανθρώπινου δυναμικού κι οι λοιπές δαπάνες έχουν αναλυθεί σε προηγούμενα κεφάλαια. Αυτό που απαιτείται σε αυτό το προκαταρτικό στάδιο είναι ο προσωπικός χρόνος και κόπος της ιδιοκτήτριας για να καταγράψει όλες τις διαδικασίες, όλα τα καθήκοντα και το χρονοδιάγραμμα ώστε να ξεκινήσει η διαδικασία εκτέλεσης του έργου. Πρέπει επίσης να εκκινηθεί η επικοινωνία με τους προμηθευτές υλικών και μηχανημάτων καθώς και συνεντεύξεις με πιθανούς υπαλλήλους, ενέργειες οι οποίες απαιτούν χρόνο και όχι κόστος, κριτική σκέψη και φυσικά γνωριμίες που θα τον κατευθύνουν.

9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

9.1 Στόχοι χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο θεωρείται από τα πιο σημαντικά της προμελέτης, διότι ουσιαστικά θα δούμε αν οικονομικά είναι υλοποιήσιμη αυτή η επένδυση, θα αναλύσουμε τα έσοδα και τα έξοδα που θα πραγματοποιηθούν, την ταμειακή ρευστότητα της εταιρείας και τέλος θα αξιολογήσουμε την επένδυση, δηλαδή πόσο κερδοφόρα θα είναι και πόσες εισροές θα εισέλθουν στην επιχείρηση.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση περιλαμβάνει την εκτίμηση των απαιτούμενων εισροών, καθώς και των προβλεπόμενων εκροών που συνεπάγονται της επένδυσης. Συγκεκριμένα, ως επένδυση ορίζεται η μακροπρόθεσμη δέσμευση οικονομικών πόρων που γίνεται με στόχο την παραγωγή και την παροχή ωφελειών στο μέλλον. Ο κυριότερος παράγοντας στην περίπτωση αυτή είναι η μεταμόρφωση των χρηματοοικονομικών πόρων σε παραγωγικό ενεργητικό, το οποίο θα αντιπροσωπεύεται από τις πάγιες επενδύσεις και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης, καθώς και η δημιουργία ρευστότητας κάνοντας χρήση αυτού του ενεργητικού.

Η αξιολόγηση της επένδυσης έχει ως αποτέλεσμα να παρέχει κάποια συμπεράσματα για το κατά πόσο η επενδυτική απόφαση και το πρόγραμμα είναι εφικτά ή όχι, εάν το πρόγραμμα εναρμονίζεται με το επενδυτικό περιβάλλον μέσα στο οποίο πρόκειται να υλοποιηθεί και τελικά εκτιμάται η βιωσιμότητα του προγράμματος καθώς και η ελκυστικότητα του για κάθε πιθανό επενδυτή.

9.2 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης

Το πιο σημαντικό στην ανάλυση αυτήν είναι να γίνουν οι σωστές εκτιμήσεις του κόστους, ώστε να είναι αξιόπιστα τα συμπεράσματα που θα προκύψουν σχετικά με το ύψος του επενδεδυμένου κεφαλαίου που απαιτεί αυτή η επένδυση. Σαν συνολικό

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

κόστος θα συμπεριλάβουμε όλα τα κόστη που έχουμε αναφέρει στα προηγούμενα κεφάλαια της προμελέτης και αφορούν τα κόστη απόκτησης του πάγιου εξοπλισμού καθώς και όλες τις δαπάνες που πρέπει να υλοποιηθούν για να είναι η επιχείρηση έτοιμη να λειτουργήσει.

Αναλυτικότερα το συνολικό κόστος της επένδυσης προκύπτει αθροίζοντας το κόστος του πάγιου εξοπλισμού που θα αγοράσει πλέον το κόστος βοηθητικών υλών και εφοδίων πλέον τα γενικά βιομηχανικά έξοδα του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης πλέον τις αμοιβές προσωπικού για το πρώτο έτος λειτουργίας και τέλος, πλέον τα έξοδα της προμελέτης από την συμβουλευτική εταιρεία που την ανέλαβε. Να σημειωθεί, ότι έχουμε λάβει υπόψιν μας μόνο τα έξοδα του πρώτου έτους στο κόστος της επένδυσης δεδομένου ότι η επιχείρηση από εκεί και πέρα θα αρχίσει να παρουσιάζει κέρδη, επομένως τα έξοδά της θα καλύπτονται από τα έσοδα που θα έχει.

Ο τύπος τους κόστους της επένδυσης παρουσιάζεται παρακάτω και το αποτέλεσμα που προκύπτει αθροίζοντας τα ποσά που έχουν συμπεριληφθεί στους παραπάνω πίνακες είναι το εξής:

Κόστος επένδυσης = Πάγιο Ενεργητικό + Κόστος βοηθητικών υλών και εφοδίων + Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα 1^{ου} έτους + Αμοιβές προσωπικού 1^{ου} έτους + έξοδα προμελέτης = 110.517 + 8.350 + 19.700 + 113.200 + 5.000 = **256.767**

9.2.1 Πάγιο Ενεργητικό και Λοιπά έξοδα

Το Πάγιο Ενεργητικό αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις που είναι ουσιαστικά τα μελίσσια. Τα μελίσσια αποτελούν βιολογικά πάγια περιουσιακά στοιχεία και συμπεριλαμβάνουν το κόστος της παραφυάδας, το οποίο περιλαμβάνει μία μέλισσα βασίλισσα, κηφήνες και μέλισσες. Η βασίλισσα έχει διάρκεια ζωής πέντε χρόνια και μέσο κόστος αγοράς 16 ευρώ, διότι αγοράζεται ξεχωριστά από την παραφυάδα. Οι κηφήνες και οι μέλισσες έχουν απεριόριστη ωφέλιμη ζωή, διότι αναπαράγονται πολύ συχνά με την βοήθεια της βασίλισσας, οπότε δεν υπόκεινται σε απόσβεση. Άρα, από τα 40 ευρώ που κοστίζει η παραφυάδα μόνο τα 16 ευρώ θα υπόκεινται κάθε χρόνο σε απόσβεση και κάθε 5 χρόνια θα αγοράζουμε μόνο τις βασίλισσες με την ίδια ποσότητα των 1.000 μονάδων στην ίδια τιμή. Το υπόλοιπο πάγιο ενεργητικό αποτελείται από τον

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

μηχανολογικό εξοπλισμό που είναι απαραίτητος για τις ανάγκες της επιχείρησης καθώς και ένα μελισσοκομικό φορτηγό.

Το πάγιο ενεργητικό της μονάδας επεξεργασίας και τυποποίησης μελιού αναλύεται στον πίνακα που ακολουθεί όπως έχουμε δει και σε προηγούμενο κεφάλαιο:

No.	Μηχανολογικά	Μονάδες	Μέση τιμή μονάδας (ευρώ)	Κόστος
1	Κυψέλη	1.000	45	45.000
2	Παραφυάδα	1.000	40	40.000
3	Διαφράγματα βασίλισσας	1.000	1,40	1.400
4	Γυρεοπαγίδες	1.000	10,50	10.500
5	Μελισσοκομικές μάσκες	15	6	90
6	Μελισσοκομικές φόρμες	25	27	675
7	Μελισσοκομικά γάντια (δερμάτινα)	50	8	400
8	Εργαλεία Κυψέλης (ξέστρο)	20	5	100
9	Μελισσοκομικές βούρτσες	25	3,80	95
10	Τροφοδότες	1.000	1,98	1.980
11	Κηρόπανα	1.000	0,35	350
12	Ποτίστρες	20	20	400
13	Μαχαίρια απολεπισμού	50	7,30	365
14	Μελιτοεξαγωγέας (ηλεκτρικός)	1	410	410
15	Φίλτρα μελιού	1	905	905
16	Ρευστοποιητής μελιού	1	347	347
17	Μελισσοκομικό φορτηγό	1	7.500	7.500
	ΣΥΝΟΛΟ			110.517

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Στο σημείο αυτό θα γίνει ο υπολογισμός των συνολικών ετήσιων αποσβέσεων του πάγιου ενεργητικού, οι οποίες ακολουθούν τη γραμμική (σταθερή) μέθοδο, κατά την οποία το κόστος κτήσης είναι ίσο με το συνολικό αρχικό κόστος κτήσεως του κάθε παγίου και η υπολειμματική αξία των παγίων θα θεωρηθεί ότι είναι ίση με το μηδέν. Η ωφέλιμη διάρκεια ζωής των παγίων και το ποσό που προκύπτει, αποτελεί το ετήσιο ποσό της απόσβεσης και είναι 10 χρόνια για τον λοιπό μηχανολογικό εξοπλισμό και 5 χρόνια για τα μελίσσια, σύμφωνα με την μέση διάρκεια ζωής των μελισσών. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με τον Ν. 4308/2014 και στο άρθρο 18 που αναφέρεται στα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα ορίζεται, ότι τα βιολογικά περιουσιακά στοιχεία, όπως στην περίπτωση μας είναι οι μέλισσες, αντιμετωπίζονται σαν πάγια και αποσβένονται με βάση την ωφέλιμη διάρκεια ζωής τους.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα ανωτέρω, παρατίθεται ο ακόλουθος τύπος υπολογισμού της ετήσιας απόσβεσης:

- Ετήσια απόσβεση μηχ. εξοπλισμού = (Κόστος Κτήσης -Υπολειμματική αξία) / Έτη ωφέλιμης ζωής = $(110.517 - 40.000) / 10 = 7.051,70$
- Ετήσια απόσβεση βασίλισσας = (Κόστος Κτήσης -Υπολειμματική αξία) / Έτη ωφέλιμης ζωής = $(16*1.000) / 5 = 3.200$

Τα Λοιπά Έξοδα που θα συμπεριληφθούν στο αρχικό κόστος της επένδυσης προκύπτουν από τους παρακάτω πίνακες:

No.	Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	Ποσά (1 ^ο έτος)	Ποσά (2 ^ο έτος σταθερά από εδώ και στο εξής)
1	Συνεργείο καθαρισμού	1.200	1.200
2	Συντήρηση εξοπλισμού	1.000	1.000

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

3	Σήμανση προϊόντος	500	0
4	Μεταφορά διανομής προϊόντων	2.000	2.000
5	Τηλεπικοινωνιακές παροχές	2.500	2.500
6	Νομικά και άλλα έξοδα	3.000	500
7	Διοικητικά Γενικά Έξοδα		
8	Εφόδια γραφείου	1.000	1.000
9	Ασφάλιστρα	3.500	3.500
10	Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής		
11	Επικοινωνίες	2.000	2.000
12	Ταξίδια	3.000	1.500
	Σύνολο	19.700	15.200

No.	Βοηθητικές Ύλες	Μονάδες	Μέση τιμή/ μονάδα	Κόστος
1	Στολές με καλύμματα κεφαλιού	10 MON	20	200 ΕΥΡΩ
2	Γάντια ειδικά	100 MON	1	100 ΕΥΡΩ
3	Βάζα γυάλινα 500 γρ.	10.000 MON	0,20	2.000 ΕΥΡΩ
4	Βάζα γυάλινα 1Κιλ.	5.000 MON	0,40	2.000 ΕΥΡΩ
5	Επικέτες	15.000 MON	0,07	1.050 ΕΥΡΩ
6	Ρεύμα	20.000 KWH	0,10	2.000 ΕΥΡΩ

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

7	ΕΥΔΑΠ	1.000 ΚΥΒ.	1	1.000 ΕΥΡΩ
	ΣΥΝΟΛΟ			8.350 ΕΥΡΩ

Έξοδα προμελέτης	Κόστος (Ευρώ)
Προμελέτη Σκοπιμότητας	4.000
Διάφορες δαπάνες	1.000
ΣΥΝΟΛΟ	5.000

Ειδικότητα	Αριθμός ατόμων	Μηνιαίος Μισθός Μεικτός	Μηνιαίες Εργοδοτικές εισφορές	Ετήσιος Κόστος
Ειδικευμένος Εργάτης Παραγωγής	2	1.200	300	42.000
Υπεύθυνος Μάρκετινγκ	1	2.000	500	35.000
Υπεύθυνος Οικονομικού Τμήματος	1	2.000	500	35.000
Ομαδικό ασφαλιστήριο συμβόλαιο	4		-	1.200
Σύνολο				113.200

Όλες οι επιμέρους αναλύσεις του κόστους της επένδυσης, που προηγήθηκαν, επιτρέπουν τον υπολογισμό του συνολικού κόστους αυτής ο οποίος όπως αναφέρθηκε και παραπάνω καταλήγει στο ποσό 256.767 ευρώ. Το ποσό αυτό θα χρηματοδοτηθεί κατά 50% και το υπόλοιπο θα γίνει εισφορά ιδίων κεφαλαίων από τον ιδιοκτήτη.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Κρίνεται χρήσιμο να αναφέρουμε ότι η δανειοδότηση έχει αρκετά πλεονεκτήματα τα οποία είναι τα εξής (Ανάλυση και Αποτίμηση Επιχειρήσεων, Γκίκας Δ., Παπαδάκη Α., Σιουγλέ Γ., 2010):

- Οι τόκοι του δανείου αφαιρούνται από τα κέρδη της επιχείρησης με αποτέλεσμα να καταβάλλονται λιγότεροι φόροι.
- Η ετήσια υποχρέωση του τοκοχρεολυσίου αναγκάζει την εταιρεία να μην κάνει σπατάλες και να προβαίνει μόνο σε κινήσεις οι οποίες της είναι πραγματικά ωφέλιμες.
- Ο έλεγχος της τράπεζας αρχικά μπορεί να φαίνεται πειστικός, ωστόσο βοηθάει την εταιρεία να έχει μεγαλύτερο έλεγχο στα οικονομικά της καθώς και να προλαμβάνει ή να επιλύει άμεσα τυχόν προβλήματα που προκύπτουν.
- Επιτρέπει στον ιδιοκτήτη να μην ρισκάρει συνεισφέροντας με ίδια κεφάλαια ένα τόσο μεγάλο ποσό πράγμα που δίνει τη δυνατότητα ρευστότητας αν χρειαστεί στο μέλλον, σε περίπτωση ανάγκης αύξησης μετοχικού κεφαλαίου.

9.3 Δανειοδότηση του επενδυτικού σχεδίου

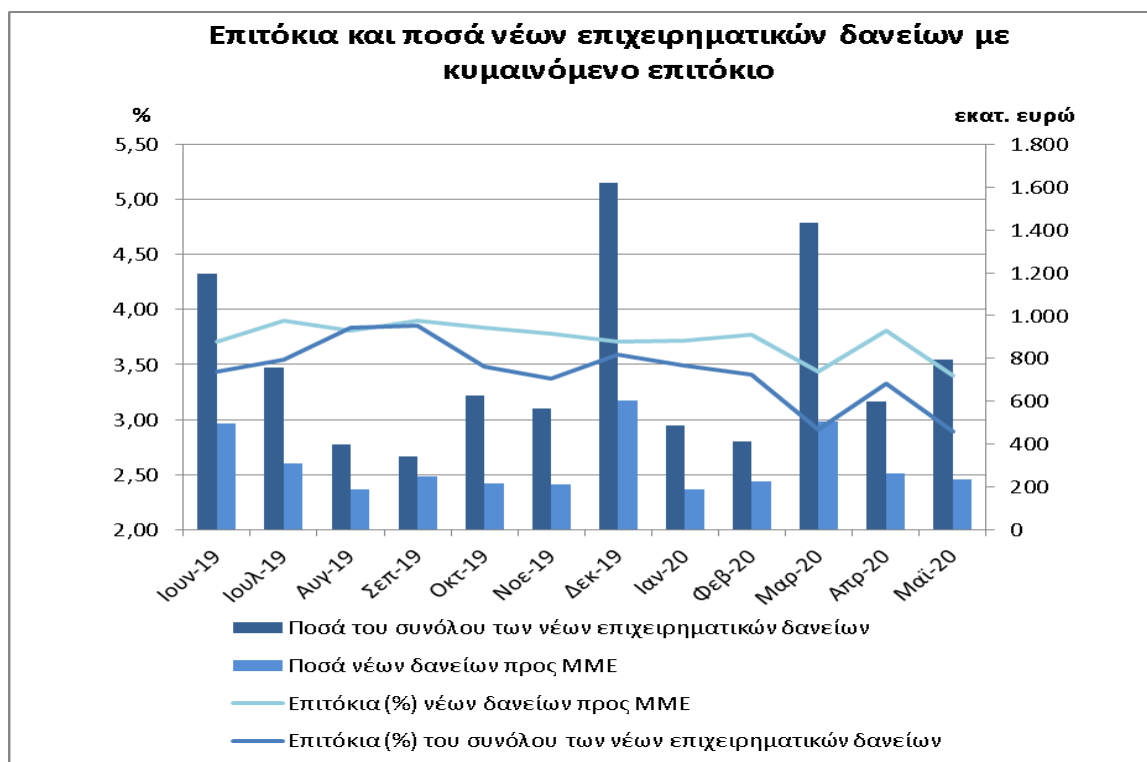
Για να γίνει ο υπολογισμός των ετήσιων υποχρεώσεων της επιχείρησης αναφορικά με το συγκεκριμένο δάνειο, θα πρέπει πρώτα απ' όλα να υπολογιστεί η σειρά των περιοδικών ισόποσων πληρωμών χρεολυσίων που θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε χρονικής περιόδου, δηλαδή ισόποσες δόσεις χρεολυσίου του δανείου που θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε έτους πλέον το ποσό του τόκου. Αυτές οι πληρωμές αποτελούν το λεγόμενο τοκοχρεολύσιο. Το ύψος του ποσού δανεισμού ανέρχεται στα 128.383,50 ευρώ, δηλαδή $256.767 / 2$.

Το υπόλοιπο ποσό δηλαδή τα 128.383.50 θα το καλύψει η ιδρύτρια με ίδια κεφάλαια και αυτό το ποσό θα είναι η εισφορά μετοχικού κεφαλαίου.

Το μέσο επιτόκιο επιχειρηματικών δανείων για μια οκταετή περίοδο δανεισμού που ενδιαφέρεται να συμφωνήσει η ιδιοκτήτρια με κάποιο τραπεζικό ίδρυμα και με βάση το ποσό δανεισμού που δεν είναι πολύ υψηλό, ανέρχεται περίπου στο 3,5%.

Παρακάτω παρουσιάζεται ένας πίνακας επιτοκίων νέων επιχειρηματικών δάνειων της Τράπεζας της Ελλάδος από το Δελτίου Τύπου της τον Ιούλιο του 2020.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Δελτίο Τύπου, Ιούλιος 2020

Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω, παρατίθεται ο ακόλουθος πίνακας υπολογισμού της απόσβεσης του δανείου:

Έτος	Τόκος (3,5%)	Χρεολύσιο	Τοκοχρεολύσιο	Υπόλοιπο
0				128.383,50
1	4.493,42	16.047,94	20.541,36	112.335,56
2	3.931,74	16.047,94	19.979,68	96.287,63
3	3.370,07	16.047,94	19.418,00	80.239,69
4	2.808,39	16.047,94	18.856,33	64.191,75
5	2.246,71	16.047,94	18.294,65	48.143,81

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

6	1.685,03	16.047,94	17.732,97	32.095,88
7	1.123,36	16.047,94	17.171,29	16.047,94
8	561,68	16.047,94	16.609,62	0,00

9.4 Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής

Βασικές επιδιώξεις της επένδυσης αποτελούν η επαρκής ρευστότητα, η ισχυρή ανταγωνιστικότητα, η υψηλή αποδοτικότητα και η βιωσιμότητα. Στα πλαίσια αυτά, καθοριστικός παράγοντας για την εκτίμηση της αποδοτικότητας και της βιωσιμότητας του επενδυτικού σχεδίου αποτελεί η ανάλυση του συνολικού κόστους παραγωγής. Θα πρέπει να πραγματοποιηθεί επιμελής έλεγχος του στοιχείου αυτού για να εξασφαλιστεί η ευημερία της επιχείρησης. Παρακάτω ακολουθεί μια εκτίμηση του συνολικού κόστους παραγωγής για την επόμενη οκταετία.

9.4.1 Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους παραγωγής

Αρχικά απαιτείται η εκτίμηση του συνολικού κόστους παραγωγής της επιχείρησης, η οποία αποτελείται από τις εκτιμήσεις όλων των επιμέρους στοιχείων του κόστους παραγωγής, όπως αυτά έχουν υπολογιστεί στην ανάλυση που έχει γίνει σε προηγούμενα κεφάλαια.

Θεωρούμε επίσης, ότι κάθε 2 χρόνια θα γίνεται μια αύξηση στο προσωπικό κατά 10% και επίσης δεδομένου ότι σταδιακά θα αυξάνονται οι πελάτες, υποθέτουμε μια αύξηση 20% κάθε διετία στις βοηθητικές ύλες.

Οι αποσβέσεις παραμένουν σταθερές σε όλη την χρονική περίοδο.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού κόστους παραγωγής για όλα τα έτη του επενδυτικού σχεδίου:

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Έτη	Έξοδα μελέτης	ΓΒΕ	Αμοιβές προσωπικού	Βοηθητικές ύλες	Αποσβ.Παγ. Μηχ.Εξ.	Αποσβ.Παγ. Βιολικών Περιουσιακ. Στοιχείων	Σύνολα
2021	5.000	19.700	113.200	8.350	7.051,70	3.200	156.501,7
2022	-	15.200	113.200	8.350	7.051,70	3.200	147.001,7
2023	-	15.200	124.520	10.020	7.051,70	3.200	159.991,7
2024	-	15.200	124.520	10.020	7.051,70	3.200	159.991,7
2025	-	15.200	136.972	12.024	7.051,70	3.200	174.447,7
2026	-	15.200	136.972	12.024	7.051,70	3.200	174.447,7
2027	-	15.200	150.669	14.429	7.051,70	3.200	190.549,7
2028	-	15.200	150.669	14.429	7.051,70	3.200	190.549,7
Σύνολα	5.000	126.100	1.050.722	89.646	56.413,60	25.600	1.353.481,6

9.5 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

Προκειμένου να δείξουμε την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης για την επόμενη οκταετία είναι απαραίτητο να κάνουμε πρόβλεψη για τα οικονομικά της στοιχεία μέσα από τις παρακάτω οικονομικές καταστάσεις:

- **Ισολογισμός:** είναι η λογιστική κατάσταση που εμφανίζει σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή, συνοπτικά σε χρηματικές μονάδες και με βάση τις γενικά παραδεκτές λογιστικές αρχές την περιουσία της επιχείρησης, δηλαδή τα στοιχεία του ενεργητικού της και τις πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν τα κεφάλαια που χρησιμοποιήθηκαν για την απόκτηση τους. Ο ισολογισμός εκφράζεται μέσα από την σχέση:

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Ενεργητικό = Παθητικό + Καθαρή Θέση

Πιο αναλυτικά, το ενεργητικό που εμφανίζεται στο αριστερό μέρος του ισολογισμού περιλαμβάνει όλα τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, ενώ το παθητικό που εμφανίζεται στο δεξιό μέρος, αποτελείται από όλες τις πηγές από τις οποίες αντλήθηκαν κεφάλαια τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για την απόκτηση των περιουσιακών στοιχείων του ενεργητικού. Η Καθαρή Θέση εκφράζει το ποσό των περιουσιακών στοιχείων που οι φορείς της επιχείρησης συνείσφεραν και το ποσό των στοιχείων που δημιουργήθηκε ως αποτέλεσμα της κερδοφόρας λειτουργίας της και τα οποία περιουσιακά στοιχεία δεν διανεμήθηκαν στους ιδιοκτήτες ή μετόχους, αλλά κρατήθηκαν για να εξυπηρετήσουν τους σκοπούς της.

Τα στοιχεία του ενεργητικού είναι είτε υλικά είτε αϋλα και διακρίνονται σε πάγια και σε κυκλοφοριακά στοιχεία (Π. Ευθυμόγλου, Χρηματοοικονομική Λογιστική, Πειραιάς 2001). Η διάκριση αυτή γίνεται με το κριτήριο της ταχύτητας ρευστοποίησης τους σε χρήμα. Τα στοιχεία που δύναται να μετατραπούν άμεσα σε ρευστό ταξινομούνται ως Κυκλοφορούν Ενεργητικό, ενώ εκείνα που δεν πρόκειται να ρευστοποιηθούν εντός μιας λογιστικής χρήσης ανήκουν στο Μη Κυκλοφορούν Ενεργητικό (Πάγιο).

Από την άλλη πλευρά, τα στοιχεία του Παθητικού ταξινομούνται με βάση το κριτήριο της ληκτότητας των υποχρεώσεων, δηλαδή του χρόνου κατά τον οποίο οι υποχρεώσεις πρέπει να εξοφληθούν. Επομένως, οι υποχρεώσεις οι οποίες λήγουν εντός μιας λογιστικής χρήσης ή εντός του λειτουργικού κυκλώματος της επιχείρησης ταξινομούνται ως Βραχυπρόθεσμο Παθητικό, ενώ οι υποχρεώσεις που λήγουν μετά την πάροδο αυτού του διαστήματος ταξινομούνται ως Μακροπρόθεσμο Παθητικό.

Τέλος, τα ίδια Κεφάλαια, σημειώνεται ότι περιλαμβάνουν τόσο το μετοχικό κεφάλαιο του ιδρυτή όσο τα αποθεματικά κεφάλαια που προκύπτουν κάθε χρόνο μετά τα κέρδη ή ζημίες εις νέον.

- Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης: παρουσιάζει στο τέλος κάθε οικονομικής χρήσης ποια είναι τα κέρδη της εταιρείας, ποιες οι ζημίες, αν υπάρχουν, καθώς και τους φόρους που της αναλογούν σε περίπτωση που έχει κέρδη.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Στο σημείο αυτό, πριν αρχίσει η διαδικασία κατάρτισης των οικονομικών καταστάσεων, θα διεξαχθεί πρόβλεψη των πωλήσεων και εισπράξεων για την επόμενη οκταετία, καθώς και μια πρόβλεψη του κόστους παραγωγής ανά μονάδα προϊόντος για να καταλήξουμε στα περιθώρια κέρδους που υπάρχουν, έτσι ώστε να παρθεί η απόφαση για τον τρόπο που θα τιμολογήσει η επιχείρηση.

Η επιχείρηση θα επιδιώξει ετήσια παραγωγή 13.600 κιλά, όπως θα δούμε στη συνέχεια, επομένως το κόστος παραγωγής ανά 1 κιλό μέλι υπολογίζεται ως εξής:

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Κόστος Παραγωγής	156.501,7	147.001	159.991,7	159.991,7	174.447,7	174.447,7	190.549,7	190.549,7
Κόστος παραγωγής ανά κιλό	11,51 (=156501,70/13.600)	10,81	11,76	11,76	12,83	12,83	14,01	14,01

Τα πρώτα 2 χρόνια η εταιρεία θα υιοθετήσει την πολιτική να χορηγεί μεγαλύτερες πιστώσεις στους πελάτες της, με σκοπό την απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά, επομένως το 50% από τις πωλήσεις, θα το εισπράττει μέσα στην χρήση και το υπόλοιπο 50% την επόμενη χρήση. Ύστερα από 2 χρόνια, αφού οι πελάτες θα είναι ικανοποιημένοι από το προϊόν και αφού θα έχει κερδηθεί η εμπιστοσύνη τους, θα είναι δυνατόν να εισπράττονται νωρίτερα οι απαιτήσεις. Αυτό σημαίνει, ότι το 80% θα μπορεί να εισπράττεται μέσα στη χρήση και το υπόλοιπο 20% μέσα στην επόμενη. Βέβαια, οτιδήποτε σχετίζεται και διέπει τους όρους είσπραξης, θα συμπεριλαμβάνεται στα συμβόλαια μεταξύ επιχείρησης και πελατών.

Επιπλέον, δεδομένου της καλής ποιότητας του εξοπλισμού της εταιρείας, όπως για παράδειγμα των κυψελών που έχουν υψηλή ενεργειακή απόδοση για να υπάρχει όλες τις εποχές τους χρόνου η κατάλληλη θερμοκρασία που θα βοηθάει τις μέλισσες στην παραγωγή μελιού, εκτιμάται ετήσια παραγωγή κατά μέσο όρο 13.600 κιλά μέλι, από τα οποία περίπου το 5% ,όπως έχουμε ήδη πει, δηλαδή κατά προσέγγιση 600 κιλά μέλι, θα παραμένουν ως απόθεμα για την επόμενη χρήση. Τα υπόλοιπα 13.000 κιλά θα διατίθενται στους πελάτες.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Τέλος, εκτιμάται ότι η εταιρεία θα πουλάει ισόποσα βαζάκια του 0,5 κιλού και του 1 κιλού με τιμή χονδρικής 6,5 ευρώ για το μισό κιλό και 13 ευρώ για το 1 κιλό, δεδομένου ότι το μέλι είναι βιολογικό και θα έχει ιδιαίτερη γεύση και άρωμα. Μετά από μια τετραετία που η εταιρεία θα έχει καταφέρει μια πετυχημένη πορεία έχοντας κερδίσει και την εμπιστοσύνη των πελατών, θα αυξήσει την τιμή πουλώντας 8 ευρώ το μισό κιλό μέλι και 16 ευρώ το 1 κιλό.

Πίνακας Πρόβλεψης Ετήσιων Πωλήσεων και Είσπραξης

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Πωλήσεις	169.000	169.000	169.000	169.000	208.000	208.000	208.000	208.000
Εισπράξεις	84.500	169.000	219.700	169.000	200.200	208.000	208.000	208.000

Παρακάτω παρατίθενται οι οικονομικές καταστάσεις:

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Πρόβλεψη Ισολογισμού

Ενεργητικό	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Μη Κυκλοφορούν Ενεργητικό								
Παραφυάδες	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Βασίλισσα						16.000	16.000	16.000
Μηχανολ.εξοπλ.	70.517	70.517	70.517	70.517	70.517	70.517	70.517	70.517
Μείον: Συν. Συσσωρ..Αποσβεσμένα	-10.251,70	-20.503,40	-30.755,10	-41.000,68	-51.258,50	-61.510,20	-71.761,90	-82.013,60
Σύνολο Μη Κυκλοφορούν	100.265,30	90.013,60	79.761,90	69.516,32	59.258,50	65.006,80	54.755,10	44.503,40

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Κυκλοφορούν Ενεργητικό								
Αποθέματα (600 κιλά απόθεμα κάθε χρόνο επί κόστος παραγωγής κιλού)	6.904,49	6.485,37	7.058,46	7.058,46	7.696,22	7.696,22	8.406,60	8.406,60
Πελάτες	84.500	84.500	33.800	33.800	41.600	41.600	41.600	41.600
Διαθέσιμα	63.958,65	71.225,92	110.476,32	107.356,09	121.190,49	128.695,52	118.309,18	119.197,21
Σύνολο Κυκλοφορούν	155.363,14	162.211,29	151.334,78	148.214,55	170.486,71	177.991,74	168.315,78	169.203,81
Σύνολο Ενεργητικού	255.628,44	252.224,89	231.096,68	217.730,87	229.745,21	242.998,54	223.070,88	213.707,21
Ίδια κεφάλαια								

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Μετοχικό Κεφάλαιο	128.384	128.384	128.384	128.384	128.384	128.384	128.384	128.384
Κέρδη εις νέον	3.001,83	9.778,79	11.893,13	14.218,10	25.957,70	37.907,93	44.020,54	50.353,78
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	131.386	138.163	140.277	142.602	154.342	166.292	172.405	178.738
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις								
Δάνεια Πληρωτέα	112.335,56	96.287,63	80.239,69	64.191,75	48.143,81	32.095,88	16.047,94	0
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις								

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Προμηθευτές και λοιπές υποχρεώσεις	6.904,00	6.482,87	7.055,96	7.062,07	7.693,70	24.693,68	24.414,05	24.414,03
Υποχρεώσεις από φόρους	2.001,22	4.516,64	1.409,56	1.549,98	7.826,40	7.966,82	4.081,74	4.222,16
Μερίσματα πληρωτέα	3.001,83	6.774,96	2.114,34	2.324,97	11.739,60	11.950,23	6.122,61	6.333,24
Σύνολο Υποχρεώσεων	124.242,61	114.062,10	90.819,55	75.128,77	75.403,51	76.706,61	50.666,34	34.969,43
Σύνολο Παθητικού	255.628,44	252.224,89	231.096,68	217.730,87	229.745,21	242.998,54	223.070,88	213.707,21

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί, ότι αρχικά η εταιρεία δεν επιθυμεί να έχει υποχρεώσεις και ό,τι έξοδο προκύπτει θα επιδιώκει να το πληρώνει άμεσα. Αυτό θα αποτελέσει θετικό στοιχείο στη δημιουργία καλής φήμης στην αγορά και στην προσέλκυση περισσότερων συνεργατών. Για αυτόν τον λόγο τα πρώτα χρόνια έχει πολύ μικρές υποχρεώσεις, ωστόσο τα επόμενα χρόνια σταδιακά αυτές αυξάνονται και κατα το τέλος της οκταετίας θα πληρώνει κι εκείνη αρκετούς προμηθευτές με πίστωση.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Επιπλέον, διευκρινίζεται ότι τα διαθέσιμα κάθε έτους υπολογίζονται ως εξής:

Υπόλοιπο αρχής κάθε χρονιάς + Εισπράξεις - Πληρωμές υποχρεώσεων - Φόροι – Μερίσματα κάθε χρονιά - Δάνειο χρήσης – Αγορές Παγίων.

Παρακάτω, καταρτίστηκε και η πρόβλεψη Καταστάσεων Αποτελεσμάτων Χρήσης για όλη την οκταετία.

Πρόβλεψη Καταστάσεων Αποτελεσμάτων Χρήσης

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Πωλήσεις	169.000	169.000	169.000	169.000	208.000	208.000	208.000	208.000
Μείον: Κόστος Πωλήσεων	(156.501,7)	(147.001,7)	(159.991,7)	(159.991,7)	(174.447,7)	(174.447,7)	(190.549,7)	(190.549,7)
Μικτό Κέρδος	12.498,3	21.998,3	9.008,3	9.008,3	33.552,3	33.552,3	17.450,3	17.450,3

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Μείον: Τόκοι Έξοδα	(4.493,42)	(3.931,74)	(3.370,07)	(2.808,39)	(2.246,71)	(1.685,03)	(1.123,36)	(561,68)
Καθαρά κέρδη προ φόρων	8.004,88	18.066,56	5.638,23	6.199,91	31.305,59	31.867,27	16.326,94	16.888,62
Μείον Φόρος Εισοδήματος (25%)	(2.001,22)	(4.516,64)	(1.409,56)	(1.549,98)	(7.826,40)	(7.966,82)	(4.081,74)	(4.222,16)
Καθαρά Κέρδη μετά φόρων	6.003,66	13.549,92	4.228,67	4.649,93	23.479,19	23.900,45	12.245,21	12.666,47

Διαφαίνεται λοιπόν, ότι η επιχείρηση έχει μια αυξανόμενη κερδοφόρα πορεία κατά τη διάρκεια όλων των ετών, ωστόσο τα τελευταία 2 χρόνια, τα κέρδη μειώνονται, γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στις αυξήσεις που έγιναν στους μισθούς του προσωπικού και λιγότερο στις αυξήσεις των βοηθητικών υλικών και εφοδίων.

Μετά την πάροδο της οκταετίας, το δάνειο θα έχει αποπληρωθεί και η επιχείρηση θα έχει πλέον τα δικά της αποθεματικά. Προτείνεται, λοιπόν, να προβεί στην αγορά επιπλέον κυψελών και παραφυάδων με σκοπό την αύξηση της παραγωγής. Πιο αναλυτικά, οι προτάσεις ανάπτυξης της επιχείρησης θα παρουσιαστούν παρακάτω.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Τέλος, από τα ετήσια κέρδη μετά φόρων της εταιρείας, το 50% θα αποδίδεται με την μορφή μερίσματος στον ιδρυτή της και το υπόλοιπο 50% θα κατατάσσεται στα ίδια κεφάλαια ως κέρδη εις νέον.

9.6 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση επένδυσης

Υπάρχουν αρκετές μέθοδοι αξιολόγησης μιας επένδυσης και είναι σημαντικό η αξιολόγηση να γίνει για να κατανοηθεί αν αξίζει και αν θα είναι αποδοτική. Παρακάτω θα αναλύσουμε 2 μεθόδους αξιολόγησης και συγκεκριμένα την μέθοδο επανείσπραξης του κόστους κεφαλαίου και την μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας.

9.7 Η Μέθοδος της περιόδου επανείσπραξης

Η μέθοδος της περιόδου επανείσπραξης ή επανάκτησης (payback period method) δείχνει το χρονικό διάστημα που απαιτείται για να αποδώσει ένα επενδυτικό έργο. Επομένως, η μέθοδος αυτή αφορά τον αριθμό των ετών που χρειάζονται, έτσι ώστε το άθροισμα των ταμειακών ροών που θα προέλθουν από το έργο, να ισούται με το αρχικό κόστος του επενδυτικού έργου. Για να απορρίψουμε ή να αποδεχτούμε μια επένδυση σύμφωνα με την μέθοδο της περιόδου επανείσπραξης, συγκρίνουμε την περίοδο επανείσπραξης με την μέγιστη περίοδο την οποία απαιτεί να έχει η επιχείρηση από το συγκεκριμένο έργο. Εφόσον η περίοδος επανείσπραξης είναι μικρότερη ή ίση με την απαιτούμενη περίοδο, η πρόταση γίνεται δεκτή. Διαφορετικά, η πρόταση απορρίπτεται. Στα πλεονεκτήματα αυτής της μεθόδου συγκαταλέγεται η ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας που παρέχει και στα μειονεκτήματα περιλαμβάνεται το γεγονός ότι αγνοεί πλήρως την διαχρονική αξία του χρήματος κατά τη διάρκεια της περιόδου επανείσπραξης (Χρηματοοικονομική Διοίκηση: θεωρία και πρακτική, Βασιλείου Δ, Ηρειώτης Ν., 2015).

Η Καθαρή Ταμειακή Ροή (ΚΤΡ) ορίζεται ως εξής:

Καθαρή ταμειακή ροή = Ταμειακές Εισροές – Ταμειακές Εκροές και παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας υπολογισμού:

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών Επιχείρησης

ΕΤΟΣ	ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ (1)	ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ (2)	ΚΤΡ (1) – (2)
2021	84.500	20.541,35	63.958,62
2022	169.000	97.774,08	71.225,92
2023	219.700	108.523,68	110.476,32
2024	169.000	61.643,91	107.356,09
2025	200.200	79.009,51	121.190,49
2026	208.000	80.304,78	128.695,22
2027	208.000	89.690,82	118.309,18
2028	208.000	88.802,79	119.197,21

Τα χρήματα της επένδυσης, δηλαδή τα 128.384 ευρώ θα καλυφθούν όπως φαίνεται και από τον παραπάνω πίνακα το έτος 2022, το οποίο μάλιστα ξεπερνάει κατά 6799,82 ευρώ τα χρήματα που είχε επενδύσει αρχικά η ιδιοκτήτρια.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Συνεπώς, στα 2 έτη παρατηρούμε ότι έχει εισπραχθεί ένα μεγάλο μέρος της αρχικής επένδυσης οπότε μέσα στο τρίτο έτος υπερκαλύπτεται το ποσό.

Συμπεραίνουμε, ότι είναι σχετικά σύντομη η περίοδος επανείσπραξης του κεφαλαίου, οπότε είναι μια επένδυση αρκετά ελκυστική και συμφέρουσα για τον επενδυτή.

9.7.1 Η Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας

Η μέθοδος αυτή θεωρείται καλύτερη από την προηγούμενη. Το πλεονέκτημα αυτής της μεθόδου αφορά το γεγονός ότι χρησιμοποιεί ταμειακές ροές (καθαρά κέρδη συν αποσβέσεις) και όχι καθαρά κέρδη και αναγνωρίζει πλήρως τη διαχρονική αξία του χρήματος. Ωστόσο, απαιτεί την ακριβή πρόβλεψη των μελλοντικών ταμειακών ροών και υποθέτει, ότι το προεξοφλητικό επιτόκιο είναι σταθερό για όλη τη διάρκεια του επενδυτικού προγράμματος.

Η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας (net present value method) δείχνει την συμβολή της επένδυσης στην αξία της επιχείρησης. Κατα τη μέθοδο αυτή όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν (χρόνος 0), με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου).

Πιο συγκεκριμένα, για τον υπολογισμό της καθαρής παρούσας αξίας ισχύει ο ακόλουθος τύπος:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum [\text{ΚΤΡ}_t / (1 + \kappa)^t] - \text{ΚΕ}$$

Όπου: ΚΠΑ = Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ_t = Καθαρή Ταμειακή Ροή στην περίοδο t

ΚΕ = Κόστος Επένδυσης

κ = Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου

t = Αριθμός

Περιοδών

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Με βάση αυτό το κριτήριο αξιολόγησης της επένδυσης προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα όταν:

- ΚΠΑ > 0 Η επένδυση γίνεται αποδεκτή
- ΚΠΑ = 0 Η επένδυση θεωρείται οριακή (αδιάφορος επενδυτής)
- ΚΠΑ < 0 Η επένδυση δεν πρέπει να γίνει αποδεκτή

Σύμφωνα με αυτά που αναφέρθηκαν παραπάνω, προκύπτει ο ακόλουθος πίνακας υπολογισμού της καθαρής παρούσας αξίας, όπου χρησιμοποιείται ο αναμενόμενος συντελεστής προεξόφλησης (σύμφωνα με τις ισχύουσες τραπεζικές συνθήκες), ο οποίος ισούται με 10,6%.

Υπολογισμός Παρούσας Αξίας

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΚΛΑΣΜΑ $1/(1+\kappa)^T$	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
2021	63.958,62	0,904	57.818,59
2022	71.225,92	0,8175	58.227,19
2023	110.476,32	0,739	81.642,00
2024	107.356,09	0,6683	71.746,07
2025	121.190,49	0,604	73.199,06
2026	128.695,22	0,5463	70.306,20
2027	118.309,18	0,494	58.444,73
2028	119.197,21	0,4466	53.233,47
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ			524.617,31

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Επομένως προκύπτει ότι:

$KPA = \text{Συνολική Παρούσα Αξία} - \text{Αρχική Επένδυση} = 524.617,31 - 128.384 = 396.233,31$
ευρώ > 0, άρα και με αυτή την μέθοδο επένδυση γίνεται αποδεκτή.

9.8 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση σε συνθήκες αβεβαιότητας

Είναι προφανές πως τα επενδυτικά προγράμματα επηρεάζονται άμεσα από το εξωτερικό περιβάλλον, δηλαδή από τις πολιτικές, κοινωνικές, εμπορικές, τεχνολογικές και επιχειρησιακές συνθήκες. Τα γεγονότα, λοιπόν, που σημειώνονται στο περιβάλλον μιας επιχείρησης, δημιουργούν αβεβαιότητα η οποία εντείνεται με την πάροδο του χρόνου. Συμπερασματικά, όλα τα στοιχεία που συνθέτουν αυτήν την αβεβαιότητα, κρίνεται απαραίτητο να αξιολογούνται και να γίνεται εκτίμηση κάθε προβλέψιμου κινδύνου που θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

Όσον αφορά τα στοιχεία αβεβαιότητας που άπτονται της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης, απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή κατά την εξέταση των ακόλουθων τριών μεταβλητών:

- Τα Έσοδα από τις Πωλήσεις
- Το Κόστος των Πωλούμενων Προϊόντων
- Το Κόστος της Επένδυσης

Πάνω σε αυτές τις μεταβλητές, προστίθενται επιπλέον στοιχεία τα οποία είναι σχετικά με τις τιμές και την ποσότητα κι ενδέχεται να προκαλέσουν αλλαγές στο κόστος, στα οφέλη καθώς και στην αναμενόμενη απόδοση της επιχειρηματικής μονάδας.

Η ανάλυση του «Νεκρού Σημείου» που θα δούμε παρακάτω προσφέρεται για την αντιμετώπιση της γενικότερης αβεβαιότητας.

9.8.1 Ανάλυση νεκρού σημείου

Η ανάλυση του Νεκρού Σημείου (break even analysis) χρησιμοποιείται για να δούμε την σύνδεση της παραγόμενης και πωλούμενης ποσότητας της επιχείρησης με τα κέρδη της. Το νεκρό σημείο περιλαμβάνει δύο βασικούς άξονες: τα έσοδα από τις πωλήσεις και το συνολικό κόστος παραγωγής του προϊόντος.

Το συνολικό κόστος περιλαμβάνει το σταθερό και το μεταβλητό κόστος. Το σταθερό είναι το κόστος που δεν μεταβάλλεται, ανεξάρτητα από το μέγεθος της παραγόμενης ποσότητας. Αντιθέτως, το μεταβλητό κόστος επηρεάζεται από το ύψος της παραγωγής.

Το Νεκρό σημείο απεικονίζει το επίπεδο των πωλήσεων, όπου τα έσοδα από τις πωλήσεις καλύπτουν ακριβώς τα συνολικά έξοδα της επιχείρησης. Επομένως, στο Νεκρό Σημείο η επιχείρηση δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία. Κέρδη εμφανίζονται όταν η επιχείρηση πραγματοποιεί πωλήσεις πέραν του Νεκρού Σημείου, διότι τότε τα έσοδα της υπερκαλύπτουν το συνολικό της κόστος. Το αντίθετο συμβαίνει όταν οι πωλήσεις της είναι μικρότερες από το Νεκρό Σημείο, όπου τότε θα εμφανίζεται ζημία καθώς τα έσοδα της δεν θα επαρκούν για να καλύψουν το συνολικό κόστος παραγωγής (Αλεξάκης Χ., Ξανθάκης Μ., Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων, Αθήνα 2007).

Επομένως, σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό, στο «Νεκρό Σημείο» ισχύουν τα εξής:

- Έσοδα Πωλήσεων = Κόστος Παραγωγής
- Έσοδα Πωλήσεων = Όγκος Πωλήσεων * Τιμή Μονάδας
- Κόστος Παραγωγής = Σταθερά Έξοδα + Μεταβλητά Έξοδα ανά Μονάδα * Όγκος Πωλήσεων

Λαμβάνοντας υπόψη τα δεδομένα αυτά, προκύπτουν τα ακόλουθα:

$$\psi = \tau * \chi \text{ και } \psi = \sigma + \mu * \chi \text{ και } \tau * \chi = \sigma + \mu * \chi$$

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Όπου: χ = ο όγκος των πωλήσεων

ψ = η αξία των πωλήσεων

τ = η τιμή (ανά μονάδα)

μ = τα μεταβλητά έξοδα (ανά μονάδα)

σ = τα σταθερά έξοδα

Συμπερασματικά, η επιχείρηση πρέπει να υπολογίσει το επίπεδο των πωλήσεων που θα καλύψει τόσο τα σταθερά, όσο και τα μεταβλητά της έξοδα.

Η ανάλυση νεκρού σημείου θεωρείται ως ένα επιπλέον εργαλείο για τον υπολογισμό της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας των στρατηγικών μάρκετινγκ. Από αυτήν την ανάλυση προκύπτουν απαντήσεις στα εξής ερωτήματα:

- ποιοί είναι το ελάχιστο επίπεδο πωλήσεων που διασφαλίζει, ότι η επιχείρηση δεν θα λειτουργεί ζημιογόνα;
- πόσο είναι δυνατόν να μειωθούν οι πωλήσεις και η επιχείρηση να συνεχίσει να παράγει κέρδη;

Ακολουθεί στον παρακάτω πίνακα ανάλυση των σταθερών και μεταβλητών εξόδων, σύμφωνα με τα ποσά που έχουν ήδη προαναφερθεί και θα πραγματοποιηθεί υπολογισμός του όγκου πωλήσεων που διαμορφώνεται στο νεκρό σημείο για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Περιγραφή	Σταθερά Έξοδα	Μεταβλητά έξοδα	Μεταβλητά Έξοδα ανά μονάδα
ΓΒΕ	19.700		
Βοηθητικές ύλες		8.350	8.350/13.600=0,614
Έξοδα προμελέτης	5.000		
Έξοδα προσωπικού	113.200		
Τόκοι έξοδα	4.493,42		
Ετήσιες αποσβέσεις	10.251,70		

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται παραπάνω, όπου τα σταθερά έξοδα αθροίζουν σε **152.645** ευρώ και δεδομένου της συγκεκριμένης τιμής πώλησης, ο όγκος πωλήσεων στο Νεκρό Σημείο κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης διαμορφώνεται ως εξής:

$$T * \chi = \sigma + \mu * \chi \rightarrow$$

$$13 \text{ ευρώ} * \text{όγκος πωλήσεων} = 152.645 + 0,614 * \text{όγκος πωλήσεων} \rightarrow$$

$$\text{Όγκος Πωλήσεων} = \mathbf{12.324} \text{ κιλά}$$

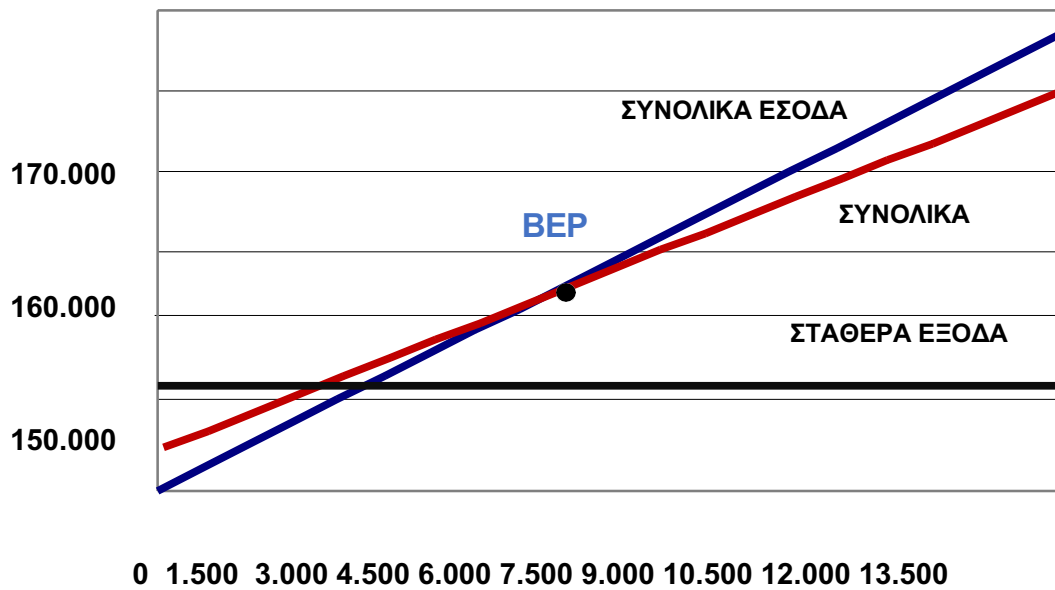
Επομένως, οι Συνολικές Πωλήσεις στο νεκρό σημείο διαμορφώνονται ως εξής:

$$\text{Συνολικές Πωλήσεις} = 12.324 * 13 = \mathbf{160.212} \text{ ευρώ}$$

Άρα, η επιχείρηση είναι λογικό με την πώληση των 13.000 κιλών να είναι κερδοφόρα δεδομένου ότι το Νεκρό Σημείο είναι τα **12.324** κιλά.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας στο Νεκρό Σημείο (Break Even Point ή BEP), όπου τα συνολικά έσοδα εξισώνονται με τα συνολικά έξοδα για το πρώτο έτος λειτουργίας της εταιρείας.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης



9.9 Οικονομική αξιολόγηση – επιδράσεις στην εθνική οικονομία

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι η υπό εξέταση μονάδα θα προσφέρει με την ίδρυσή της πολλαπλά οφέλη και αξίζει να συσταθεί. Οι στόχοι της ιδρύτριας θα πραγματοποιηθούν καθώς φαίνεται πως η επιχείρηση θα είναι κερδοφόρα μακροχρόνια, πράγμα που αποδεικνύεται και από τους 2 παρακάτω τύπους με την βοήθεια των οποίων υπολογίζουμε την απόδοση και την κερδοφορία της επένδυσης. Το Internal Rate of Return (IRR) είναι ο βαθμός της εσωτερικής απόδοσης της επένδυσης και δείχνει την απόδοση ενός επενδυτικού προγράμματος. Προκύπτει, λοιπόν, ένα πολύ ικανοποιητικό ποσοστό και συγκεκριμένα 48%, το οποίο διαπιστώνεται από τον παρακάτω υπολογισμό:

	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
ΚΠΑ	128384,00	57818,59	58227,19	81642,00	71746,07	73199,06	58444,73	53233,47

Το IRR προκύπτει από την παρακάτω σχέση:

$$-128.384/(1+IRR) + 57.818,59/(1+IRR)^2 + 58.227,19/(1+IRR)^3 + 81.642/(1+IRR)^4 + 71.746,07/(1+IRR)^5 + 73.199,06/(1+IRR)^6 + 58.444,73/(1+IRR)^7 + 53.233,47/(1+IRR)^8 = 0 \rightarrow$$

$$\text{IRR}=\mathbf{48\%}$$

Ακόμη, το Return on Investment (ROI) είναι ένας δείκτης που αξιολογεί την απόδοση της επένδυσης και χρησιμοποιείται για να δείξει την κερδοφορία που επιτυγχάνεται από την επένδυση. Ο δείκτης αυτός προκύπτει από τον παρακάτω τύπο, διαιρώντας τα κέρδη που υπολογίζεται ότι θα προκύψουν την οκταετία δια το κόστος της επένδυσης.

$$\text{ROI} =$$

$$(6.003,66+13.549,92+4.228,67+4.228,67+23.479,19+23.900,45+12.245,21+12.666,47) / 128.384 = \mathbf{68,62\%}$$

Επιπλέον, προτείνονται δύο τρόποι για να αυξηθεί ακόμα περισσότερο η κερδοφορία.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Πρώτον, θα μπορούσε να αυξηθεί η παραγωγή με την πρόσληψη ενός επιπλέον ατόμου στο τμήμα της παραγωγής και με την απόκτηση περισσότερων παραφυάδων, οι οποίες θα συμβάλλουν στην αύξηση της παραγόμενης ποσότητας. Επιπλέον, η εύρεση νέων πελατών σε χώρες του εξωτερικού θα ήταν μια πολύ καλή στρατηγική κίνηση, διότι το μέλι θα μπορούσε να διατεθεί σε υψηλότερη τιμή, δεδομένου ότι στο εξωτερικό υπάρχει μεγάλη ζήτηση και απήχηση σ' αυτά τα προϊόντα καθώς εκτιμάται πολύ η γεύση και η ποιότητα τους.

Σκοπός της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης ενός επενδυτικού προγράμματος είναι πρωτίστως η εκτίμηση της χρηματοοικονομικής και εμπορικής σκοπιμότητάς του, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή εκ μέρους των επενδυτών και των χρηματοδοτών του εκάστοτε επενδυτικού σχεδίου. Ωστόσο, από την οικονομική αξιολόγηση υπάρχουν αρκετά οφέλη όχι μόνο οικονομικής φύσης για τον επενδυτή αλλά και κοινωνικά οφέλη.

Όσον αφορά τις ανάγκες της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό, θα δημιουργηθούν 4 νέες θέσεις εργασίας στο Νομό Αιτωλοακαρνανίας γεγονός πολύ θετικό για την περιοχή, διότι θα συμβάλλει έστω και λίγο στην μείωση της ανεργίας. Επιπλέον, η πραγματοποίηση της παρούσας επένδυσης θα προσφέρει αποτελεσματική διέξοδο στα βιολογικά προϊόντα, ώστε να γίνουν περισσότερο γνωστά και να εκτιμηθεί ακόμα περισσότερο η ποιότητα και η αξία τους. Μελλοντικά η εταιρεία, όταν εδραιωθεί στην ελληνική αγορά μπορεί να αναζητήσει νέους πελάτες στο εξωτερικό γεγονός που θα κάνει γνωστά τα ελληνικά προϊόντα σε όλο τον κόσμο.

Όσον αφορά τις δραστηριότητες της επιχείρησης σε σχέση με το περιβάλλον, δηλαδή το αντίκτυπο που έχουν οι δράσεις της στη φύση, εδώ πρόκειται για μια επιχείρηση που θα συμβάλλει έστω και λίγο, θετικά στην ανάπτυξη και στη βιωσιμότητα του με καθόλου αρνητική επίδραση προς σε αυτό. Η άποψη αυτή βασίζεται στο γεγονός ότι οι μέλισσες έχουν κηρυχθεί ως είδος προς εξαφάνιση και οι επιστήμονες έχουν αναλάβει να τις σώσουν. Στις μέρες μας παρατηρείται τεράστια μείωση του πληθυσμού τους σε όλο τον πλανήτη, ενώ το 35% της διατροφής μας κινδυνεύει. Ο Einstein είχε πει πως, αν εξαφανιστούν οι μέλισσες, ο άνθρωπος θα ζήσει μόλις 4 χρόνια. Ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα στη μελισσοκομία αποτελούν οι δηλητηριάσεις των μελισσών από τα φυτοφάρμακα. Η προσφορά της μέλισσας είναι ανεκτίμητη καθώς εκτός από τα καλλιεργούμενα είδη, επικονιάζει επιπλέον χιλιάδες άγρια φυτικά είδη, που αποτελούν μέρος του φυσικού περιβάλλοντος. Συμπερασματικά, η επιχείρηση θα αποτελέσει υποστηρικτική στην προσπάθεια της προστασίας των μελισσών.

Κεφάλαιο 9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Παράλληλα, η επιχείρηση θα παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας πράγμα που θα συμβάλλει στην διαφήμιση του ελληνικού μελιού σε διεθνής αγορές και στην προώθησή του ως ανώτερου και υψηλών προδιαγραφών προϊόντος. Μ' αυτόν τον τρόπο, οι στόχοι της επιχείρησης συμφωνούν απόλυτα με τις οργανωμένες διαδικασίες της Ελληνικής Κυβέρνησης που σχετίζονται με τις προσπάθειες προβολής των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του ελληνικού μελιού, ώστε να εδραιωθεί η ποιοτική του ανωτερότητα σε παγκόσμιο επίπεδο.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι το παρόν επενδυτικό πρόγραμμα συμβαδίζει με τις επικρατούσες πολιτικές της ελληνικής οικονομίας στα πλαίσια της οποίας θα δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση. Τέλος, η ίδρυση της «Λύτρας Μελισσοκομική» πρόκειται να συμβάλλει αποτελεσματικά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας καλύπτοντας τις όλο και υψηλότερες απαιτήσεις ποιότητας που έχουν οι καταναλωτές.

Βιβλιογραφία

- Αλεξάκης Χ., Ξανθάκης Μ., *Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα 2007).
- Αρτίκης Γ., *Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Ανάλυση και Προγραμματισμός*, εκδ. Interbooks, Αθήνα 2003
- Βασιλείου Δ, Ηρειώτης Ν., *Χρηματοοικονομική Διοίκηση: θεωρία και πρακτική*, εκδ. Rosili, Αθήνα 2015
- Γκίκας Δ., Παπαδάκη Α., Σιουγλέ Γ., *Ανάλυση και Αποτίμηση Επιχειρήσεων*, εκδ.Μπένου, Αθήνα 2010
- Ευθυμογλου Γ. Πρόδρομος, *Χρηματοοικονομική Λογιστική*, εκδ. Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς 2001
- Καρβούνης Κ. Σ., *Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες*, εκδ. Βαρβαρήγου, Αθήνα 2016
- Μάλλιαρης Γ.Π., *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα, 2012
- Μπίκος Θ., *Όλα για το Μέλι*, εκδ. Beekos, Αθήνα 1991
- Μπουραντάς Δ., *Μάνατζμεντ*, εκδ. Μπένου, Αθήνα 2002
- Μπουρναζάκη Γ., *Μελέτη Σκοπιμότητας για την Ίδρυση Μονάδας Επεξεργασίας και Τυποποίησης Μελιού*, Διπλωματική Εργασία, Πειραιάς 2007
- Σαρσέντη Β. και Παπαναστασάτος Α., *Λογιστική Εταιρειών*, εκδ. Σταμούλης, Αθήνα 2002
- Χαριζάνης Π., *Μέλισσα και Μελισσοκομική Τεχνική*, εκδ. Μελισσοκομική Επιθεώρηση, Αθήνα 2014
- Ζερδέλης Δ., *Εργατικό Δίκαιο*, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα 2012
- Jean-Prost Pierre, *Μελισσοκομία, Συστηματικός Οδηγός Μελισσοκομίας για να γνωρίσετε τη Μέλισσα*, εκδ. Ψιχάλου, Αθήνα 1980
- European Commission, *Honey Market Presentation*, Spring 2020
- Stochasis, *Κλαδικές Στοχεύσεις, Μελισσοκομία – Μέλι*, Οκτώβριος 2017

Πηγές

- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.)
- Ελληνική Στατιστική Αρχή, Δελτίο Τύπου, Ετήσια Στατιστική Έρευνα, 2018
- Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα, συναφείς ρυθμίσεις και άλλες διατάξεις, Ν. 4308/2014
- Νέο Ασφαλιστικό Σύστημα και συναφείς διατάξεις, ρυθμίσεις στις εργασιακές σχέσεις, Ν. 3863/10 άρθρο 74
- Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών (ΠΑΣΕΓΕΣ)
- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων – Τμήμα Μελισσοκομίας

ΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΣΕΛΙΔΕΣ & ΤΟΠΟΙ

- <http://www.agronews.gr>
- <http://www.agrotypos.gr>
- <http://www.attiki-pittas.gr>
- <https://www.bankofgreece.gr>
- <https://bit.ly/2MXVroE>
- <http://www.dei.gr>
- <http://www.deyah.gr>
- <http://www.dhmoi.g>
- <http://www.ependyseis.gr>
- <http://www.economics.gr>
- <http://www.economist.gr>
- <http://www.efet.gr/>
- https://ec.europa.eu/competition/consumers/why_el.html
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- <http://www.haitogloubros.com>
- <https://www.iatronet.gr/diatrofi/threptikes-oysies/article/5422/vasilikos-poltos.html>
- <http://lazarelis.eu>
- <http://www.melinet.gr>
- <https://melissokomianet.gr>
- <http://www.meteorology.gr/oi-melisses>
- <http://www.minagric.gr>
- <https://www.minimarketmag.gr/meli-se-anodiki-trochia-i-polisis-stin-ellada/3/>
- <http://www.omse.gr>
- <http://www.opengov.gr>
- <https://www.parapolitika.gr/oikonomia/article/1027365/athemito-adagonismo-dehodai-oi-ellines-paragogoi-meliou/>
- <https://www.ypaidhros.gr/mastiga-exoun-ekselixthei-ellinopoiiseis-meliou/>



Photo by Kathy Keatley Garvey