



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ(EMBA)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑΣ ΕΛΙΑΣ»**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:

ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΠΟΛΥΚΑΡΠΟΥ ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2022



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

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

**«ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑΣ ΕΛΙΑΣ»**

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:

Όνοματεπώνυμο: Μαριάννα Πολυκάρπου Αναγνωστάκου

Ημερομηνία: 27 Ιουνίου 2022

Το παρόν Επιχειρηματικό Σχέδιο εκπονήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς, δεν αποτελεί πρόταση επένδυσης και ως εκ τούτου, κάποια από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.

ΣΤΟΝ ΠΑΤΕΡΑ ΜΟΥ,

Είμαι του ήλιου η θυγατέρα

Η πιο απ' όλες χαϊδευτή

Χρόνια η αγάπη του πατέρα

Σ' αυτό τον κόσμο με κρατεί

Όσο να πέσω νεκρωμένη

Αυτόν το μάτι μου ζητεί.

Είμ' η ελιά η τιμημένη

ΚΩΣΤΗΣ ΠΑΛΑΜΑΣ

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αφορά ένα επιχειρηματικό σχέδιο για την εταιρεία ANOLIVE και έχει ως αναφορά τη βιολογική καλλιέργεια της ελιάς και την προώθηση της βιολογικής ελιάς στην αγορά. Η εταιρεία της μελέτης ανήκει στις μικρές επιχειρήσεις, έχει έδρα στην Ιτέα Φωκίδας και διακατέχεται από τον οικογενειακό της χαρακτήρα. Στη χώρα μας, ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με σημαντική συμβολή στην ελληνική απασχόληση. Η Ελλάδα διαθέτει εξαιρετικές ποικιλίες επιτραπέζιων ελιών, μοναδικές στον κόσμο.

Με βάση την ανάλυση και αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου, το οποίο θα έχει χρονικό ορίζοντα πενταετίας, διαπιστώθηκε πως η επιχειρηματική ιδέα είναι μια συμφέρουσα κίνηση από χρηματοοικονομικής άποψης. Ωστόσο, από την ανάλυση ευαισθησίας έγινε εμφανές πως αν ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων είναι μικρότερος από 3%, η Καθαρή Παρούσα Αξία θα γίνει αρνητική και η επιτυχία του σχεδίου είναι αμφίβολη. Αυτό καθιστά ακόμα πιο επιτακτική την κατάρτιση ενός αποτελεσματικού και επιθετικού πλάνου πωλήσεων που θα ελαχιστοποιήσει τις παρεκκλίσεις από τους στόχους. Τέλος, η βιωσιμότητα του πλάνου φάνηκε πως δεν απειλείται από τυχόν μεταβολές του επιτοκίου.

Λέξεις κλειδιά: επιχειρηματικό σχέδιο, βιολογική καλλιέργεια ελιάς, ANOLIVE

Abstract

The present thesis concerns a business plan for the company ANOLIVE and refers to the organic cultivation of olives and the promotion of organic olives in the market. The Company of the present study is a small business, is located in Itea, Fokida and is possessed by its family character. Table olive sector is one of the most dynamic and extrovert sectors of the Greek economy, with a significant contribution to Greek employment. Greece has excellent varieties of table olives, being unique in the world.

Based on the analysis and evaluation of the business plan, which will have a five-year time horizon, it was found that the business idea is an advantageous move from a financial point of view. However, from the sensitivity analysis it became apparent that if the annual rate of change of sales is less than 3%, the Net Present Value will become negative and the success of the plan is doubtful. This makes it even more imperative to draw up an effective and aggressive sales plan that will minimize deviations from targets. Finally, the viability of the plan appeared not to be threatened by any changes in the interest rate.

Keywords: business plan, organic olive cultivation, ANOLIVE

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	5
Abstract	6
Πίνακας περιεχομένων	7
1. Σύνοψη	8
2. Οι υψηλοί στόχοι της Επιχείρησης	10
3. Περιγραφή της Επιχείρησης	11
3.1 Ιστορική Αναδρομή	11
3.2 Οικογενειακός χαρακτήρας	12
3.3 Εταιρική Διακυβέρνηση	13
3.4 Πρόσφατα Οικονομικά στοιχεία	14
3.5 Είδη -Μεγέθη ελίας - Συσκευασία	14
4. Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς	19
4.1 Το δέντρο της ελίας και η ιστορία της	19
4.2 Η αγορά της ελίας παγκοσμίως	20
4.3 Η αγορά της ελίας στην Ελλάδα	27
5. Στρατηγική του μάρκετινγκ	42
5.1 Προϊόν	42
5.2 Τιμή	43
5.3 Προώθηση	43
5.4 Διανομή	44
6. Σχέδιο λειτουργίας	46
7. Χρηματοοικονομική ανάλυση - χρηματοδότηση	48
7.1 Εισαγωγή - Υποθέσεις χρηματοοικονομικής ανάλυσης	48
7.2 Προϋπολογισμός έργου – Χρηματοδότηση	50
7.3 Ανάλυση προβλεπτικών λογιστικών καταστάσεων	53
7.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση	57
7.5 Οικονομικό πλάνο πενταετίας	66
8. Συμπεράσματα	74
Βιβλιογραφία	77
Ελληνική	77
Ξένα	78

1. Σύνοψη

Το επιχειρηματικό σχέδιο που παρουσιάστηκε για την εταιρεία «ΥΙΟΙ Ι.Π. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ Α.Ε.» αφορά τη βιολογική καλλιέργεια της ελιάς και την προώθηση της βιολογικής ελιάς στην αγορά. Στη χώρα μας, ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με σημαντική συμβολή στην ελληνική απασχόληση. Η Ελλάδα διαθέτει εξαιρετικές ποικιλίες επιτραπέζιων ελιών, μοναδικές στον κόσμο και είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας επιτραπέζιας ελιάς. Για την εξεταζόμενη εταιρεία, το προϊόν (βιολογική ελιά) αντανακλά το υψηλό επίπεδο ποιότητας στην παραγωγή, την μεγάλη διατροφική αξία του προϊόντος, το εμπορικό σήμα, την ποικιλία στα μεγέθη της ελιάς, τη συσκευασία και τα οφέλη της βιολογικής καλλιέργειας. Το προϊόν προορίζεται τόσο για καταναλωτές όσο και για βιομηχανικούς πελάτες, μέσω της στρατηγικής πλήρους κάλυψης. Σε ότι αφορά την τιμολόγηση, η εταιρεία θα ακολουθήσει τιμολόγηση με βάση την αξία για τον πελάτη (Customer-value based Pricing). Σχετικά με την προώθηση, θα αξιοποιήσει διαφημιστικές εκστρατείες σε έντυπα περιοδικά διατροφής, σε περιοδικά για επιχειρηματίες του κλάδου, σε αφίσες σε κεντρικά σημεία, ενώ θα διενεργήσει και προσωπικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις και διαδικτυακό μάρκετινγκ. Τέλος, αναφορικά με τη διανομή, η εταιρεία θα αξιοποιήσει τόσο άμεσα όσο και έμμεσα κανάλια, μέσω στρατηγικής εντατικής διανομής. Σε όλη την έκταση του σχεδίου λειτουργίας καθοριστικό ρόλο θα έχει η διαδικασία ποιοτικού ελέγχου. Η εταιρεία θα ενισχυθεί τόσο από εξοπλισμό όσο και από πλευράς ανθρώπινου δυναμικού.

Μέσα από τη χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού πλάνου, μελετήθηκε η κατάρτιση συνοπτικών λογιστικών καταστάσεων, η κατάρτιση και ανάλυση πινάκων τάσης των λογιστικών καταστάσεων, η κατάρτιση και ανάλυση οριζοντίων μεγεθών των λογιστικών καταστάσεων, έγινε υπολογισμός και ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών, αξιολόγηση της επένδυσης μέσω του υπολογισμού της Καθαρής Παρούσας Αξίας, του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (IRR) και της μέσης περιόδου επανείσπραξης καθώς και ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης. Ο ορίζοντας αξιολόγησης του πλάνου τέθηκε να είναι πενταετής και η χρηματοδότηση της επενδυτικής κίνησης θα γίνει από τα ίδια κεφάλαια και μέσω

δανεισμού. Από την ανάλυση φάνηκε πως το μέγεθος της επιχείρησης όπως και η εξέλιξη των ιδίων κεφαλαίων αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά. Σύμφωνα με τους χρηματοοικονομικούς δείκτες που υπολογίστηκαν, φάνηκε πως τα πρώτα έτη λειτουργίας του πλάνου, οι ανάγκες για ρευστότητα θα είναι αυξημένες ενώ συνάμα, θα απαιτηθεί μια άκρως επιθετική πολιτική στον τομέα των πιστώσεων. Η ανάλυση των δεικτών επιβεβαίωσε πως είναι φιλόδοξοι οι στόχοι του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου ως προς την κερδοφορία του. Ολοκληρώνοντας, η τελική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου έδειξε πως η υπό εξέταση επιχειρηματική ιδέα είναι μια συμφέρουσα κίνηση από χρηματοοικονομικής άποψης. Ωστόσο, αν ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων είναι μικρότερος από 3%, η επιτυχία του σχεδίου είναι αμφίβολη.

2. Οι υψηλοί στόχοι της Επιχείρησης

Οι επιχειρηματικοί στόχοι αποτελούν ένα σύνολο επιτευγμάτων που ένας οργανισμός ορίζει και εργάζεται για την εκπλήρωση τους μέσα σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Οι επιχειρήσεις συνήθως περιγράφουν τους στόχους τους στα επιχειρηματικά τους σχέδια. Οι στόχοι μπορεί να αφορούν την εταιρεία στο σύνολό της, αλλά και τμήματά της, τους υπαλλήλους της, τους πελάτες της ή οποιονδήποτε άλλο τομέα της επιχείρησης (Ιωαννίδης, 2001).

Για την εξεταζόμενη εταιρεία «ΥΙΟΙ Ι.Π. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ Α.Ε.» οι στόχοι της, οι οποίοι αποτυπώνονται μέσα από το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο είναι οι κάτωθι:

- Η διεύθυνση στον τομέα της βιολογικής καλλιέργειας της ελιάς με στόχο την παραγωγή μίας άριστης ποιότητας ελιάς, δίχως αγροχημικά και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και της αειφορίας.
- Η συμμετοχή των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά και ερευνητικά προγράμματα για την προώθηση της βιολογικής ελιάς στην αγορά, τονίζοντας τα οφέλη για την υγεία των καταναλωτών, για την προστασία του περιβάλλοντος και για τη βελτίωση της αγροτικής οικονομίας.
- Η αναζήτηση πηγών για τη χρηματοδότηση της έρευνας και την υιοθέτηση νέων τεχνολογικών εργαλείων και μεθόδων στην καλλιέργεια της ελιάς.
- Η επέκταση της επιχείρησης και σε νέες αγορές του εξωτερικού.
- Η βελτίωση της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης και της ικανοποίησης του πελάτη.

3. Περιγραφή της Επιχείρησης

3.1 Ιστορική Αναδρομή

Το 1948, ο Ιωάννης Αναγνωστάκος, ξεκίνησε από τη Φωκίδα, εμπορευόμενος ελιές σε χωριά της Βορειοδυτικής Πελοποννήσου, της κεντρικής Στερεάς Ελλάδας και στον Πειραιά. Παράλληλα εμπορευόταν και ελαιόλαδο, σε συνεργασία με την εταιρεία «ΕΛΑΪΣ Α.Ε.» για περίπου 15 χρόνια. Το 1972 ξεκινούν να απασχολούνται στην επιχείρηση οι δύο γιοί του, Δημήτρης και Πολύκαρπος οπότε και ιδρύεται η εταιρεία «ΙΩΑΝΝΗΣ Π. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΣ & ΥΙΟΙ ΟΕ». Το 1993 η εταιρεία μετατρέπεται σε Ανώνυμη Εταιρεία, με την επωνυμία «ΥΙΟΙ Ι.Π. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ Α.Ε.», και το διακριτικό τίτλο «ANOLIVE», με τους δύο μετόχους της εταιρείας, Πολύκαρπό και Δημήτρη να αναλαμβάνουν την ευθύνη εκπροσώπησης κατά το ίδιο ποσοστό. (εικόνα 1).

Από το ξεκίνημά της, η εμπορική άνοδος της εταιρείας είναι ιδιαίτερα σημαντική, ξεκινώντας τις δραστηριότητες της από την Αθήνα και τον Πειραιά. Μέχρι τις αρχές του 1976, είχε ήδη επεκταθεί στις περισσότερες πόλεις της Ελλάδας. Το 1983 επεκτείνεται και στις αγορές του εξωτερικού: Σαουδική Αραβία, Αίγυπτο και Ανατολικές χώρες. Από το 1983 μέχρι και σήμερα, οι εξαγωγές της επεκτείνονται πλέον σε όλη την Ευρώπη, Αμερική και Αυστραλία. Σήμερα εξάγει το 90% των προϊόντων της, ενώ το υπόλοιπο 10% διοχετεύεται στην εσωτερική κατανάλωση.



Εικόνα 1 Το λογότυπο της εταιρείας

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

Η εταιρεία ανήκει στις μικρές επιχειρήσεις¹ και έχει συνεχιζόμενη δραστηριότητα. Η έδρα της είναι στην Ιτέα Φωκίδας, μέσα στον παραδοσιακό ελαιώνα της Άμφισσας, τον παλαιότερο και μεγαλύτερο ελαιώνα της Ελλάδας, σε ένα χώρο 25.000 τ.μ., με 6.000 τ.μ. στεγασμένες εγκαταστάσεις (εικόνα 2).



Εικόνα 2 Οι εγκαταστάσεις της εταιρείας

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

3.2 Οικογενειακός χαρακτήρας

Ο «οικογενειακός χαρακτήρας» της επιχείρησης επιτρέπει να ελέγχονται προσωπικά και υπεύθυνα όλα τα στάδια παραγωγής: από την αγορά, την

¹ λιγότερα από 50 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της, όπως και ο ισολογισμός της, δεν υπερβαίνει τα 10.000.000€, σύμφωνα με το άρθρο 2 της Σύστασης 2003/361/EK της Επιτροπής, όπως δημοσιεύτηκε στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης L 124 της 20ής Μαΐου 2003.

μεταποίηση και τυποποίηση, έως την πώληση. Η εταιρεία υιοθετεί εργαλεία σύγχρονης τεχνολογίας στον τομέα της επεξεργασίας και των μηχανημάτων και με την πολύχρονη εμπειρία των ανθρώπων της στον τομέα της ελιάς, διατηρεί τον παραδοσιακό χαρακτήρα του προϊόντος, προσπαθώντας συνεχώς, να εξυπηρετεί με τον καλύτερο τρόπο τους πελάτες της. Η εταιρεία έχει πιστοποιηθεί βάσει του συστήματος EN ISO 22000:2005 με Νο.: 0706020.

Η εταιρεία ANOLIVE με κύριο γνώμονα το κοινό όραμα και τις κοινές οικογενειακές αξίες των μελών της, δίνει μεγάλη έμφαση στην εκπαίδευση και ανάπτυξη των μελών της επόμενης γενιάς και επενδύσει πόρους για την ολοκληρωμένη κατάρτισή τους και την καλλιέργεια των δεξιοτήτων τους, ώστε να αποκτήσουν όλα τα απαιτούμενα προσόντα και κίνητρα για την ανάδειξή τους σε μελλοντικούς ηγέτες (human capital).

ΤΑ ΝΕΑ ΜΕΛΗ

Αναγνωστάκου Σοφία του Πολυκάρπου, Νομικός με μεταπτυχιακές σπουδές στις Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου

Αναγνωστάκου Μαριάννα του Πολυκάρπου, Οικονομολόγος με ειδίκευση στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Αναγνωστάκος Ιωάννης του Πολυκάρπου, Νομικός με μεταπτυχιακές σπουδές στο Marketing

Αναγνωστάκου Σοφία του Δημητρίου, Γεωπόνος – Τεχνολόγος Τροφίμων

Αναγνωστάκος Ιωάννης του Δημητρίου με εξαιρετικές γνώσεις πληροφοριακών συστημάτων και διοίκησης επιχειρήσεων.

3.3 Εταιρική Διακυβέρνηση

Το Διοικητικό Συμβούλιο της ANOLIVE αποτελείται από τρία εκτελεστικά και τρία μη εκτελεστικά μέλη (Γ.Ε.Μ.Η. Αρ. Πρωτ. 2043343 28/08/2020 . Εκτελεστικά μέλη θεωρούνται αυτά που ασχολούνται με τα καθημερινά θέματα διοίκησης της εταιρείας, ενώ μη εκτελεστικά τα επιφορτισμένα με την προαγωγή όλων των εταιρικών ζητημάτων.

Συγκεκριμένα το σώμα του Δ.Σ. της εταιρείας ANOLIVE συγκροτείται ως εξής:

- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ του ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ (ΠΡΟΕΔΡΟΣ)
- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ ΜΑΡΙΑΝΝΑ του ΠΟΛΥΚΑΡΠΟΥ (ΔΙΕΥΘΥΝΟΥΣΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ)
- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ του ΓΕΩΡΓΙΟΥ (ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ)
- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ ΣΟΦΙΑ του ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ (ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ)
- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ ΣΟΦΙΑ του ΠΟΛΥΚΑΡΠΟΥ (ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ)
- ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ του ΠΟΛΥΚΑΡΠΟΥ (ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΜΕΛΟΣ)

Το Διοικητικό Συμβούλιο ομόφωνα εξουσιοδοτεί τον Αναγνωστάκο Ιωάννη του Δημητρίου (Πρόεδρο), την Αναγνωστάκου Μαριάννα του Πολυκάρπου (Διευθύνουσα Σύμβουλο και Οικονομική Διευθύντρια) και την Αναγνωστάκου Αναστασία του Γεωργίου (Αντιπρόεδρο) να ασκούν δικαιώματα εκπροσώπησης και δέσμευσης σε όλες τις σχέσεις και τις συναλλαγές της εταιρείας, ενεργώντας ο καθένας χωριστά, υπογράφοντας κάτω από την επωνυμία της εταιρείας. Η θητεία του ανωτέρου Διοικητικού Συμβουλίου λήγει την 06/08/2022.

3.4 Πρόσφατα Οικονομικά στοιχεία

Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας ανήλθε το 2020 σε 5.707.578,56 ευρώ. Τα αποτελέσματα προ τόκων και φόρων έφτασαν τα 782.326,71 ευρώ, με την εταιρεία να έχει διενεργήσει σημαντικές αγορές εμπορευμάτων και υλικών μέσα στο έτος. Τα αποτελέσματα περιόδου μετά από φόρους ανήλθαν σε 587.077,63 ευρώ, μειωμένα από την προηγούμενη χρονιά.

3.5 Είδη -Μεγέθη ελιάς - Συσκευασία

Σε ότι αφορά τα προϊόντα της, η επιτραπέζια ελιά διακρίνεται ως εξής:

Ελιές Καλαμάτας

Οι ελιές Καλαμάτας έχουν πάρει το όνομά τους από την πόλη της Καλαμάτας αλλά καλλιεργούνται επίσης και στην κοντινή περιοχή της Λακωνίας. Έχουν σχήμα αμυγδάλου, με πλούσιο σκούρο μωβ χρώμα, με απαλή και γεμάτη σάρκα. Προστατεύονται από το Ευρωπαϊκό σχέδιο Προστατευόμενης Γεωγραφικής Θέσης.

Πράσινες Ελιές

Οι πράσινες ελιές προέρχονται από την ποικιλία της Χονδροελιάς στη Χαλκιδική. Αποτελούνται από καρπούς μεγάλου μεγέθους, λαμπερό πράσινο-κίτρινο χρώμα και ελαφρώς πικρή γεύση ενώ δεν έχουν πρασινάδα.

Μαύρες Ελιές

Είναι ένα τυπικό είδος ελληνικής ελιάς που έχει αφεθεί να ωριμάσει πλήρως πάνω στο δέντρο πριν από τη συγκομιδή. Το ξεχωριστό χαρακτηριστικό είναι η έλλειψη χημικών σκευασμάτων στη διαδικασία ξεπικρίσματος. Το χρώμα τους κυμαίνεται από κόκκινο-βιολετί-μαύρο έως μωβ και βαθύ μαύρο και η γεύση τους είναι σαρκώδης και ελαφρώς φρουτώδης.

- Πράσινες Ελιές:
 - ολόκληρες φυσικές, χαρακτές, τσακιστές και ισπανικού τύπου: εκπυρηνωμένες, γεμιστές με πάστα πιπεριάς
 - παστεριωμένες, confites
- Ξανθές - Μαύρες φυσικές Ελιές:
 - ολόκληρες και εκπυρηνωμένες
 - παστεριωμένες, confites
- Ελιές Καλαμών:
 - ολόκληρες, χαρακτές και εκπυρηνωμένες
 - παστεριωμένες, confites
- Πάστα πράσινων και μαύρων ελιών

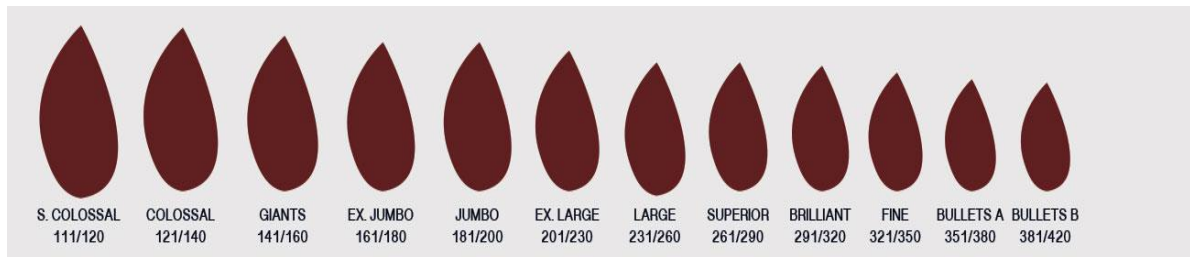
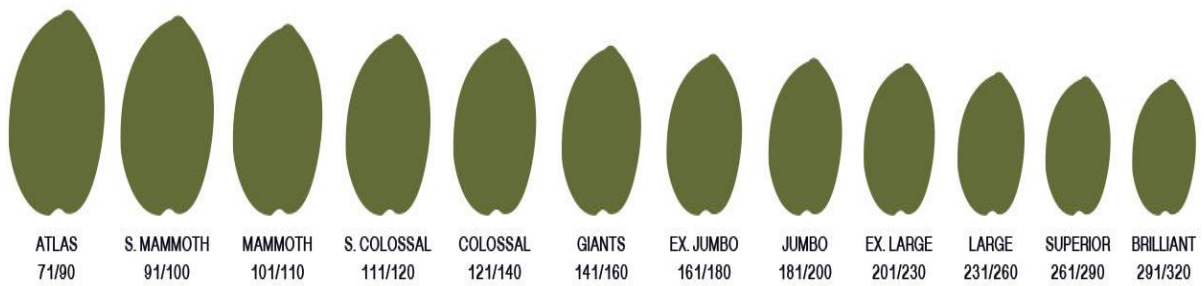
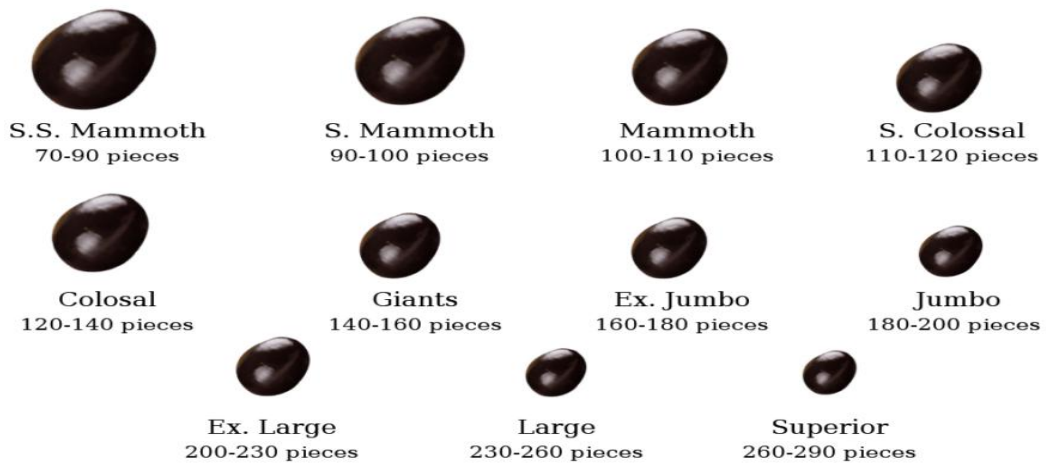
Τα μεγέθη τους ποικίλουν, όπως δείχνει ο παρακάτω πίνακας 1, από 80 τμχ ανά κιλό το μεγαλύτερο μέγεθος έως 350 τμχ ανά κιλό στο μικρότερο μέγεθος. Σχετικά με τις συσκευασίες, αξιοποιούνται πλαστικά βαρέλια 2-150kg, λευκοσιδηρά δοχεία από 2-5kg, vacuum σακούλες 250gr-5kgs και βάζο pet 250gr-5kgs

packaging



Εικόνα 3 Συσκευασίες

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>



Εικόνα 4 Μεγέθη

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

Πίνακας 1. Μεγέθη προϊόντων

Μεγέθη	τμχ/ kg
Super Super Mammouth	80-90
Super Mammouth	91-100
Mammouth	101-110
Super Colossal	111-120
Colossal	121-140
Giants	141-160
Extra Jumbo	161-180
Jumbo	181-200
Extra Large	201-230
Large	231-260
Superior	261-290
Brilliant	291-320
Fine	321-350

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

4. Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς

4.1 Το δέντρο της ελιάς και η ιστορία της

Η ελιά ή ελαιόδεντρο είναι αειθαλές, καρποφόρο δέντρο. Είναι ανώτερο φυτό, αγγειόσπερμο, δικότυλο, συμπέταλο της τάξης των Στρεψιανθών και της οικογένειας των Ελαιϊδών (*Oleaceae*). Τα χαρακτηριστικά της οικογένειας αυτής είναι ο μικρός ή ελλείπων κάλυκας, η άστροφη στεφάνη, οι δύο στήμονες, τα συμφυή καρποπέταλα και η δίχωρη ωοθήκη. Τα άνθη συναντιούνται σε φοβοειδείς ταξιανθίες.

Το γένος Ελαία (*Olea*) περιλαμβάνει τριάντα (30) είδη, από τα οποία μόνον το είδος *Olea europaea* L παρουσιάζει οικονομικό ενδιαφέρον- το τελευταίο περιλαμβάνει δύο παραλλαγές:

- την ήμερη, τυπική ή κοινή ελιά (*Olea europaea* var. *Sativa*) και
- την άγρια ελιά ή αγριελιά (*Olea europaea* var. *Oleaster*)

Η προέλευση του όρου *Olea* είναι Ελληνική - οέλαιον έγινε *Oleum* στα Λατινικά. Το κύριο χαρακτηριστικό του γένους *olea* είναι η μακροζωία και η διατήρηση της παραγωγικότητας.

Το ελαιόδεντρο είναι τυπικός εκπρόσωπος του μεσογειακού κλίματος. Η λεκάνη της Μεσογείου παρέχει ιδεώδες περιβάλλον από πλευράς κλιματολογικών και τοπογραφικών συνθηκών για την ελαιοκαλλιέργεια (Μουσείο Ελιάς- Ελαιώνας Σερρών, 2021).

Η ιστορία της ελιάς έχει την αφετηρία της πριν από 7000 χρόνια και έχει άμεση σχέση με τη ζωή, την καθημερινότητα και τις συνήθειες των λαών της Μεσογείου. Σύμφωνα με τους ιστορικούς, η λεκάνη της Μεσογείου είναι η περιοχή όπου εμφανίστηκαν πρώτη φορά τα ελαιόδεντρα. Σήμερα η καλλιέργεια της ελιάς είναι πολύ γνωστή σε ολόκληρη τη Μεσόγειο και η κατανάλωση του καρπού της αποτελεί κύριο στοιχείο της μεσογειακής διατροφής.

Η ελιά αποδίδει καρπούς στην ηλικία των 7 ετών. Κατά την περίοδο των 30-70 ετών της ζωής της, βρίσκεται σε πλήρη ανάπτυξη. Η φυσιολογική διάρκεια ζωής ενός ελαιόδεντρου κυμαίνεται από 300 έως 600 χρόνια. Στον κόσμο υπάρχουν ελιές με ηλικία που ξεπερνά τα 1.000 χρόνια. Στον Μεσογειακό χώρο τα ελαιόδεντρα ανθοφορούν στα

τέλη της Άνοιξης ενώ η συγκομιδή της ελιάς ξεκινά από τα τέλη Σεπτεμβρίου και τελειώνει τον Φεβρουάριο ανάλογα την ποικιλία της ελιάς.

Οι Έλληνες ήταν ο πρώτος λαός που καλλιέργησε ελιές στην περιοχή της Μεσογείου. Η ελιά είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ιστορία και τον πολιτισμό μας, από την αρχαιότητα, όπου υπήρξε σύμβολο σε όλους τους τομείς της ζωής των Ελλήνων. Από το 776 π.Χ. στους Ολυμπιακούς αγώνες, το μοναδικό βραβείο που έπαιρνε ο ολυμπιονίκης ήταν ένα στεφάνι φτιαγμένο από κλαδί ελιάς που συμβόλιζε την ειρήνη και την υποχρεωτική ανακωχή στην αρχαιότητα, σε όλο τον κόσμο, κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Ακόμα και σήμερα στις γεωργικές περιοχές της χώρας, μία ελιά φυτεύεται όταν γεννιέται ένα παιδί. Η ελιά και το παιδί θα μεγαλώσουν ταυτόχρονα και όταν το παιδί πάει στο σχολείο, στην ηλικία των 6 ετών, η ελιά θα είναι έτοιμη να δώσει και να θυμίσει την εξέλιξη της ζωής (Ηλιδα, 2021).

4.2 Η αγορά της ελιάς παγκοσμίως

Σύμφωνα με την ανάλυση των παγκόσμιων εισαγωγών που πραγματοποίησε το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιοκομίας (IOC), παρατηρείται αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου επιτραπέζιας ελιάς, με την παρουσία των ελληνικών εξαγωγών να είναι αξιοσημείωτη. Ο κύριος εισαγωγέας επιτραπέζιας ελιάς (σε βάθος 6 ετών) είναι οι Η.Π.Α (23%), και ακολουθούν η Βραζιλία (17%) και η Ευρωπαϊκή Ένωση (16%). Αθροιστικά, οι τρεις αυτές αγορές φτάνουν στο 56% των παγκόσμιων εισαγωγών. Καμία από τις υπόλοιπες χώρες δεν εισάγει σε ποσοστό άνω του 6% του παγκόσμιου συνόλου.

Ο Πίνακας 2 δείχνει τις εισαγωγές ελιάς σε 8 αντιπροσωπευτικές αγορές τα έξι τελευταία χρόνια συγκομιδής. Οι εισαγωγές έχουν αυξηθεί σημαντικά το ελαιοκομικό έτος 2018/19 σε όλες τις χώρες εκτός από την περίπτωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου οι αγορές παρέμειναν αμετάβλητες. Οι εισαγωγές στην εν λόγω περίοδο συγκομιδής αυξήθηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό στις Ηνωμένες Πολιτείες (21,5%) και στη Ρωσία (9,3%) συγκριτικά με την προηγούμενη εμπορική περίοδο.

Πίνακας 2. Εισαγωγές ελιάς σε 8 αντιπροσωπευτικές αγορές τα έξι τελευταία χρόνια συγκομιδής

	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	Average	%Variation Rates
AUSTRALIA	17914	15841	15510	17597	17260	18488	17102	↑ 7.1
BRAZIL	113999	103255	102045	114284	109933	117796	110219	↑ 7.2
CANADA	29141	29153	29931	28662	31337	32324	30091	↑ 3.2
CHINA	1019	1713	1756	1872	1801	1847	1668	↑ 2.6
JAPAN	4304	4680	3668	4393	3986	4087	4186	↑ 2.5
RUSSIA	26492	22517	21620	24400	25654	28045	24788	↑ 9.3
USA	135453	151939	154050	146232	141211	171620	150084	↑ 21.5
Extra-EU	93018	91526	97455	98777	113948	113960	101447	↓ 0
Total	421339	420624	426036	436216	445130	488167	439585	↑ 9.7

Table I – Imports table olives in representative markets (2013/14 - 2018/19) (t)

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

Το διάγραμμα 1 δείχνει την κατανομή των εισαγωγών μεταξύ χωρών που ανήκουν στο Παγκόσμιο Συμβούλιο Ελαιολάδου (IOC), χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Παγκόσμιου συνόλου.

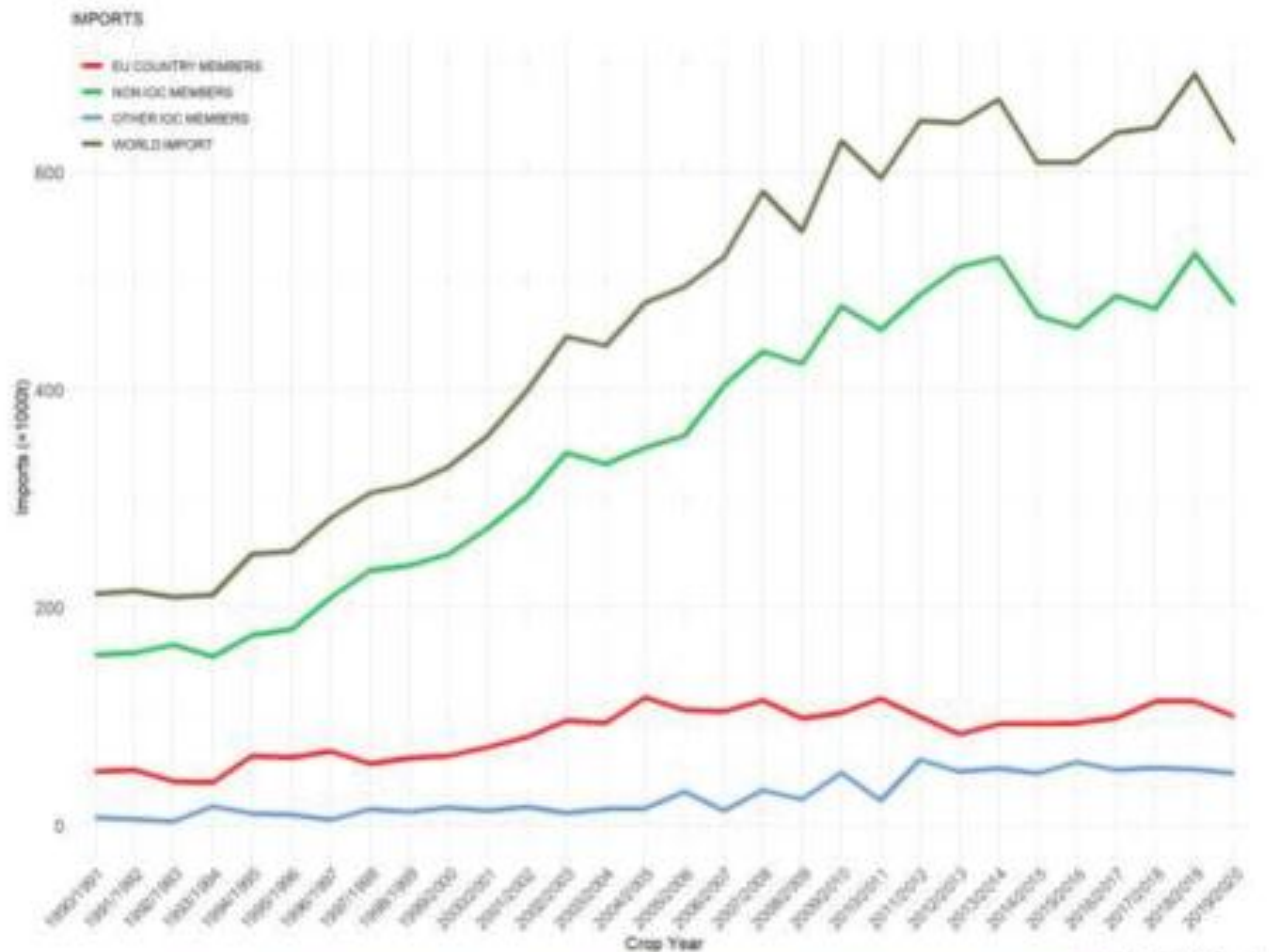


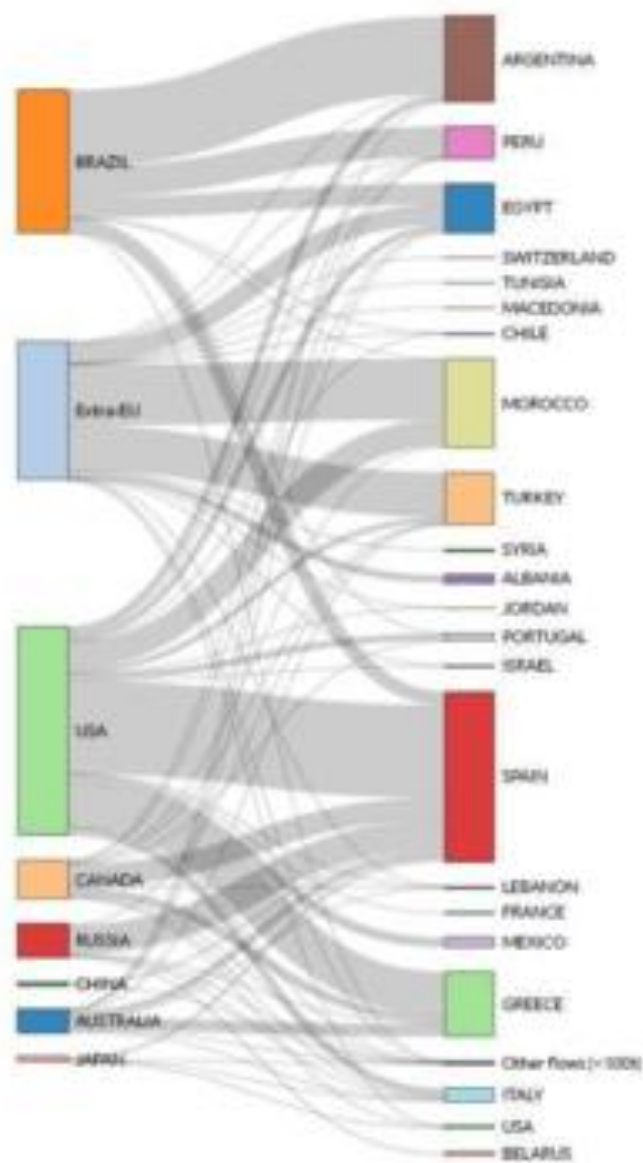
Figure II – Table olives, distribution of world imports (provisional 2018/2019, forecast 2019/2020)

Διάγραμμα 1 Κατανομή των εισαγωγών μεταξύ χωρών που ανήκουν στο Παγκόσμιο Συμβούλιο Ελαιολάδου (IOC), χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Παγκόσμιου συνόλου.

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

Οι κύριοι προμηθευτές επιτραπέζιας ελιάς σε αυτές τις αγορές είναι η Ισπανία, η Αργεντινή, το Μαρόκο, η Ελλάδα, η Τουρκία, η Αίγυπτος και το Περού. Όσον αφορά τους προμηθευτές, η Ελλάδα (53%) και η Ισπανία (32%) είναι οι κύριοι προμηθευτές της Αυστραλίας, η Αργεντινή (54%) και το Περού (21%) της Βραζιλίας, η Ισπανία (61%) και οι Ηνωμένες Πολιτείες (16%) της Ιαπωνίας, η Ισπανία (85%) της Ρωσίας και η Ισπανία (44%) και η Ελλάδα (20%) των Ηνωμένων Πολιτειών και το

Μαρόκο (43%) και η Τουρκία (32%) της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ακόλουθο σχήμα δείχνει την ροή των εισαγωγών επιτραπέζιων ελιών σε συγκεκριμένες αγορές.



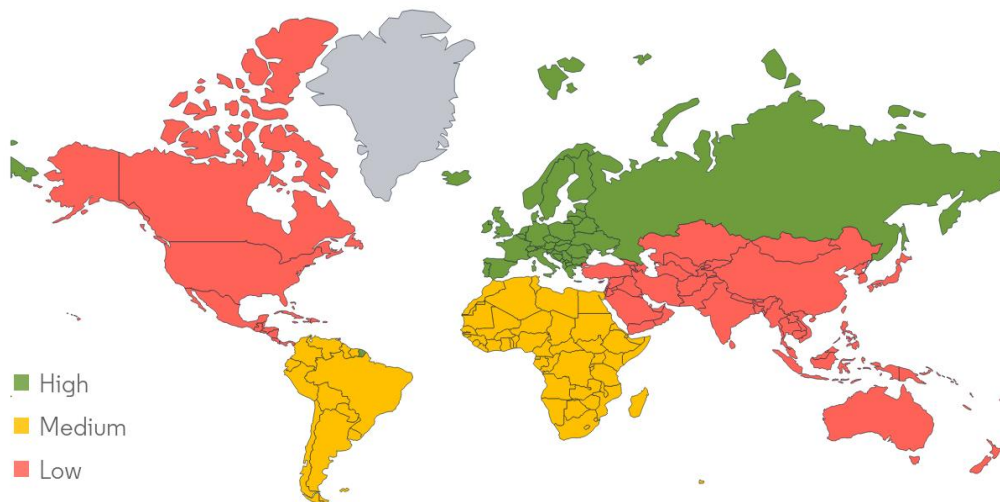
Σχήμα 1 Ροή των εισαγωγών επιτραπέζιων ελιών σε συγκεκριμένες αγορές

Πηγή: Ιστοσελίδα εταιρείας, <http://www.anolive.gr/>

Ο όγκος πωλήσεων από αυτές τις χώρες κυμαίνεται από 26 χιλ. τόνους στην περίπτωση του Περού, σε περίπου 140 χιλ. τόνους στην περίπτωση της Ισπανίας (Ιστοσελίδα Εταιρείας, <http://www.olivenews.gr/>).

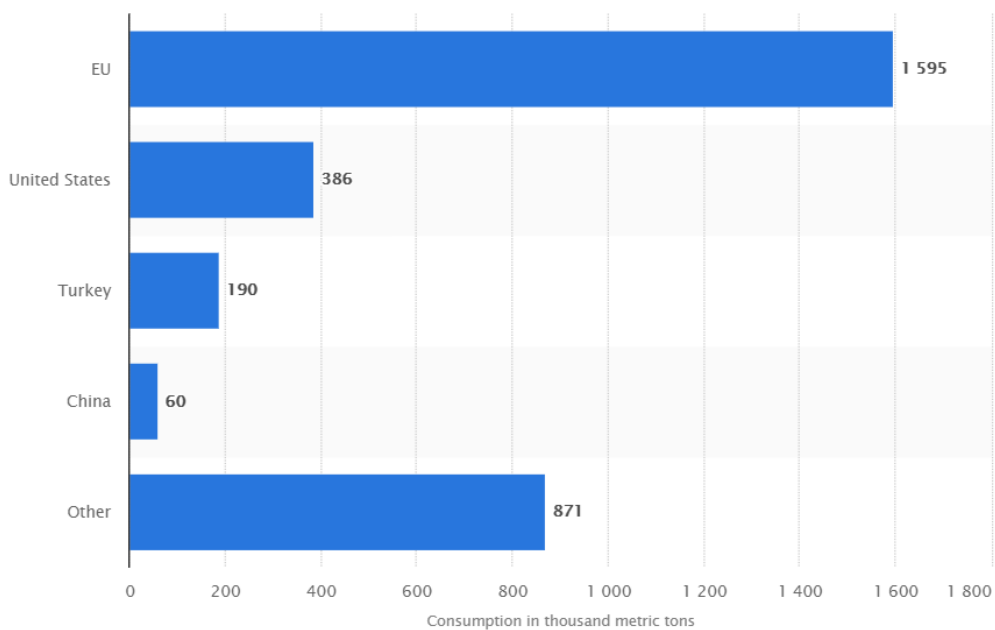
Η υψηλή παγκόσμια ζήτηση για επιτραπέζιες ελιές αντανάκλαται επίσης από την αύξηση της παγκόσμιας κατανάλωσης επιτραπέζιων ελιών κατά 186% κατά την περίοδο 1990-2017, όπως αναφέρει το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου. Μάλιστα, οι μεγαλύτεροι παραγωγοί επιτραπέζιων ελιών είναι επίσης οι μεγαλύτεροι καταναλωτές με την Ευρωπαϊκή Ένωση, την Αίγυπτο, την Τουρκία και τις Ηνωμένες Πολιτείες να αντιπροσωπεύουν το 57% της παγκόσμιας κατανάλωσης τα τελευταία πέντε χρόνια. Ωστόσο, άλλες χώρες, όπως η Αυστραλία, η Ιαπωνία, η Κίνα, η Βραζιλία και η Ινδία, έχουν παρατηρήσει μια νέα ζήτηση για επιτραπέζιες ελιές, λόγω της κουλτούρας που ακολουθείται στη μεσογειακή κουζίνα. Επιπλέον, η παγκόσμια ζήτηση για επιτραπέζιες ελιές προήλθε επίσης από τη χρήση ελιών ως σνακ (Mordor Intelligence, 2021).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο κορυφαίος παραγωγός, καταναλωτής και εξαγωγέας ελιάς (χάρτης 1, διάγραμμα 2). Η ελιά καλλιεργείται κυρίως σε νότιες περιοχές της Ανδαλουσίας, της Καλαβρίας, της Απουλίας, της Κρήτης και της Πελοποννήσου. Η Ευρώπη κατέχει μερίδιο 66% της παγκόσμιας κατανάλωσης με την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα να αντιπροσωπεύουν πάνω από το 80% της κατανάλωσης στην Ευρώπη. Η υπεροχή της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Ελλάδας διαφαίνεται στο διάγραμμα 3 και στο διάγραμμα 4. Το 2019, η κορυφαία χώρα κατανάλωσης ελαιολάδου στην Ευρώπη ήταν η Ισπανία, με κατανάλωση περισσότερων από 500 τόνων ελαιολάδου. Ο δεύτερος μεγαλύτερος καταναλωτής ελαιολάδου στην Ευρώπη ήταν η Ιταλία. Η Ιταλία κατανάλωσε περίπου 500 τόνους ελαιολάδου το 2019 (Statista, 2021). Η Ιταλία ηγείται της αγοράς όσον αφορά τις εισαγωγές και κυρίως εισάγει ελιές από την Αίγυπτο, την Κίνα, το Μαρόκο, την Ισπανία και την Πολωνία (Mordor Intelligence, 2021).



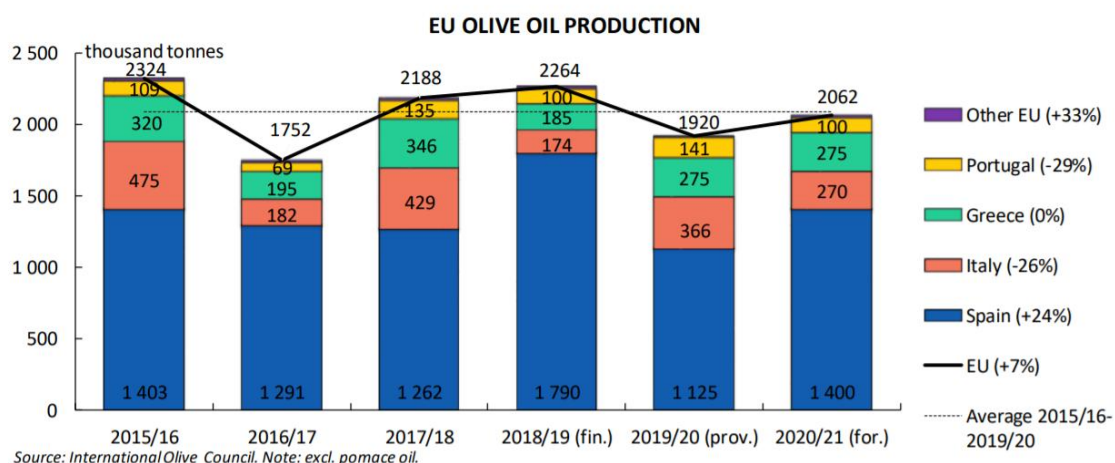
Χάρτης 1 Η παγκόσμια αγορά της ελιάς: Ρυθμός ανάπτυξης ανά γεωγραφική περιοχή

Πηγή: Mordor Intelligence (2021), <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/olive-market>



Διάγραμμα 2 Κορυφαίοι καταναλωτές επιτραπέζιας ελιάς παγκοσμίως 2020/2021 (σε χιλιάδες μετρικούς τόνους)

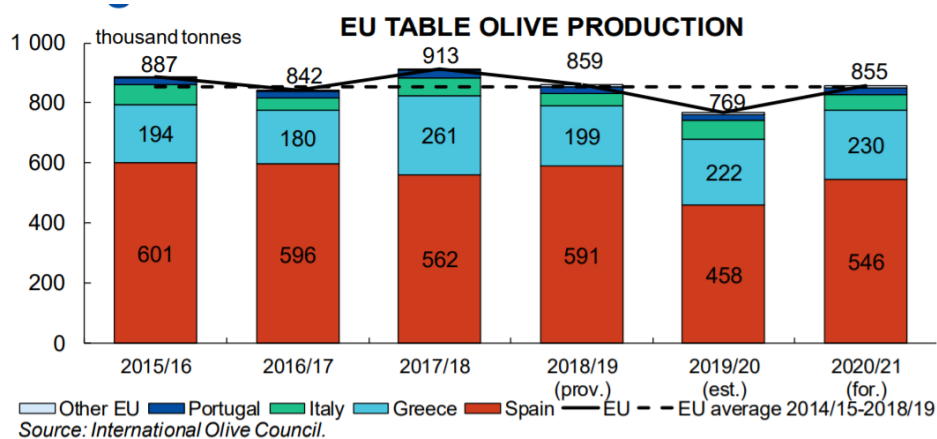
Πηγή: Statista (2021), <https://www.statista.com/statistics/940532/olive-oil-consumption-worldwide-by-leading-country/>



Διάγραμμα 3 Παραγωγή ελαιολάδου στην Ε.Ε. 2015-2021 (σε χιλιάδες μετρικούς τόνους)

Πηγή: European Commission (2021),

https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/plants_and_plant_products/documents/market-situation-olive-oil-table-olives_en.pdf



Διάγραμμα 4 Παραγωγή επιτραπέζιας ελιάς στην Ε.Ε. 2015-2021 (σε χιλιάδες μετρικούς τόνους)

Πηγή: European Commission (2021),

https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/plants_and_plant_products/documents/market-situation-olive-oil-table-olives_en.pdf

4.3 Η αγορά της ελιάς στην Ελλάδα

Ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με εξαγωγές σε περισσότερες από 100 αγορές ανά τον κόσμο (χάρτης 2). Ο κλάδος έχει σημαντική συμβολή στην ελληνική απασχόληση καθώς σε αυτόν απασχολούνται χιλιάδες αγροτικές οικογένειες. Η καλλιέργεια των ελληνικών ποικιλιών επιτραπέζιων ελιών καλύπτει το 2% της χρησιμοποιούμενης αγροτικής έκτασης της χώρας, με αποτέλεσμα η συμμετοχή του κλάδου στο αγροτικό Α.Ε.Π. να ανέρχεται στο 1% και τη συμμετοχή του στις εξαγωγές να φτάνει σχεδόν το 20%. Στην Ελλάδα παράγονται κατά μέσο όρο την τελευταία δεκαετία 225.000 τόνοι ετησίως επιτραπέζιων ελιών όλων των ποικιλιών και εξάγεται σχεδόν το 80% της εγχώριας παραγωγής (ΠΕΜΕΤΕ, 2021).



Χάρτης 2 Οι εξαγωγές της ελληνικής ελιάς

Πηγή: ΠΕΜΕΤΕ (2021), <https://www.pemete.gr/epitrapezia-elia/agora-tis-elias/>

Η Ελλάδα έχει εξαιρετικές ποικιλίες επιτραπέζιων ελιών, που είναι ξεχωριστές στον κόσμο, με την ποικιλία “Κονσερβολιά” να αντιστοιχεί σχεδόν στο 30% της εγχώριας παραγωγής, την ποικιλία “Χαλκιδικής” στο 50%, την ποικιλία “Καλαμών” στο 20% της παραγωγής, καθώς και μικρές ποσότητες Θρούμπας Θάσου και Γαϊδουρελιάς Άστρους

(εικόνα 5). Η γεωγραφική συγκέντρωση της παραγωγής ακολουθεί την ποικιλιακή συγκέντρωση με την ποικιλία “Κονσερβολιά” να καλλιεργείται κυρίως στη Κεντρική Ελλάδα (Ν. Φθιώτιδας), την ποικιλία “Χαλκιδικής” στη Βόρεια Ελλάδα (Ν.Χαλκιδικής, Καβάλας) ενώ την ποικιλία “Καλαμών” κυρίως στους Νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Λακωνίας και Φθιώτιδας. Στον ακόλουθο πίνακα και στα σχετικά διαγράμματα παρουσιάζονται οι εκμεταλλεύσεις και εκτάσεις ελαιώνων, ανά περιφέρεια και περιφερειακή ενότητα, με βάση την Έρευνα Διάρθρωσης Γεωργικών και Κτηνοτροφικών Εκμεταλλεύσεων, έτους 2016 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής. Διαφαίνεται η αριθμητική υπεροχή σε Περιφέρεια Πελοποννήσου, Κρήτης, Δυτική Ελλάδα και Στερεά Ελλάδα.

Πίνακας 3 Εκμεταλλεύσεις και εκτάσεις ελαιώνων, ανά περιφέρεια και περιφερειακή ενότητα (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

	Σύνολο		Ελαιώνες					
			Σύνολο		Ελαιοποίηση		Επιτραπέζια χρήση	
	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	ΕΚΤΑΣΗ	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	ΕΚΤΑΣΗ	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	ΕΚΤΑΣΗ	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ	ΕΚΤΑΣΗ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	497.745	8.497.485	442.803	6.864.618	421.545	6.247.709	42.517	616.909
ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ	88.858	1.473.796	53.700	655.310	45.249	466.983	12.940	188.327
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	15.283	175.411	12.254	127.430	10.687	99.519	2.956	27.912
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΡΑΜΑΣ	1.238	9.111	1.044	6.294	1.022	5.778	46	516
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΑΣΟΥ	2.660	48.835	2.658	48.806	2.658	45.615	325	3.191
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΒΑΛΑΣ	4.252	58.360	3.489	33.807	2.544	14.518	1.444	19.289
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΒΡΟΥ	2.012	26.080	1.575	21.842	1.466	19.098	330	2.744
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΞΑΝΘΗΣ	1.379	12.335	875	4.572	875	4.383	21	189
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΠΗΣ	3.741	20.690	2.612	12.109	2.122	10.126	791	1.982

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	49.773	978.242	26.436	349.725	21.641	219.319	6.753	130.406
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΜΑΘΙΑΣ	9.217	216.846	473	2.356	427	2.141	55	215
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	3.836	30.079	3.285	21.286	2.937	16.941	455	4.345
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΙΑΚΙΣ	1.083	17.240	584	3.374	333	1.568	301	1.806
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΛΛΑΣ	12.599	316.211	1.301	6.101	1.034	4.852	294	1.249
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	6.219	66.105	4.636	26.706	4.362	24.915	527	1.791
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΕΡΡΩΝ	6.894	66.443	6.324	42.997	6.207	41.575	480	1.422
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ ⁽¹⁾	9.926	265.318	9.834	246.905	6.342	127.326	4.640	119.579
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΛΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	4.679	71.666	410	2.730	312	1.719	122	1.011
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	708	5.944	34	217	x	x	x	x
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	739	12.310	20	171	x	x	x	x
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΖΑΝΗΣ	2.038	30.086	353	2.308	256	1.375	114	934
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	1.193	23.326	4	33	x	x	x	x
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	19.123	248.477	14.600	175.425	12.609	146.427	3.109	28.998
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΤΑΣ	8.401	93.553	4.798	44.152	3.026	18.283	2.615	25.870
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	4.876	76.503	4.470	60.109	4.420	59.353	173	757
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	391	2.058	170	1.034	159	1.001	16	33

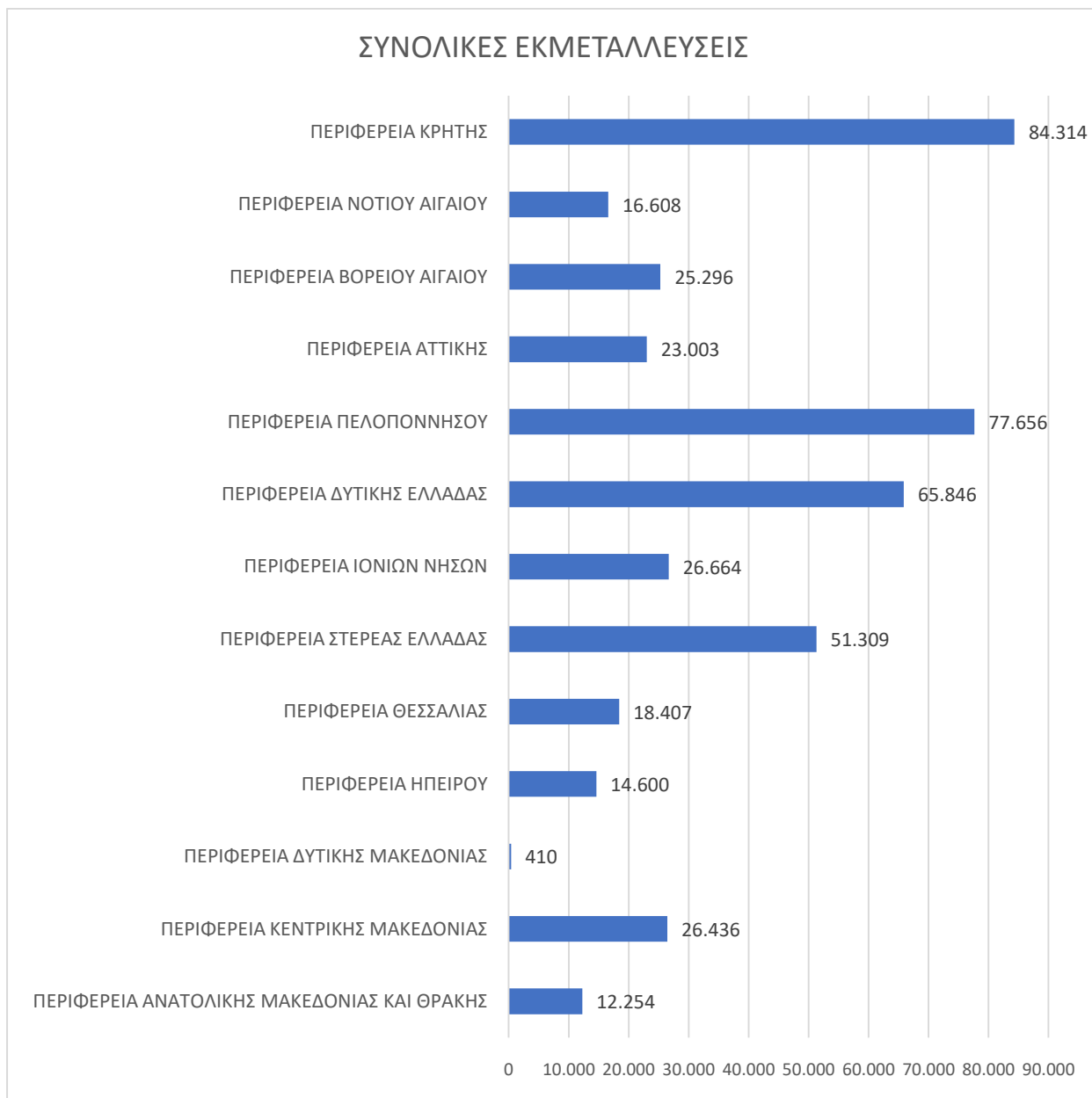
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ								
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΕΒΕΖΑΣ	5.456	76.363	5.162	70.129	5.004	67.790	305	2.339
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	257.092	4.551.805	239.882	3.856.807	227.606	3.437.986	26.862	418.821
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	24.510	466.343	18.407	266.667	17.540	241.723	2.283	24.943
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	1.125	6.399	546	2.617	498	2.490	75	127
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΡΙΣΣΑΣ	9.688	208.384	5.879	64.662	5.461	51.726	950	12.936
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	9.172	209.402	8.169	163.607	7.988	155.401	477	8.206
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΠΟΡΑΔΩΝ	2.039	25.697	2.026	24.429	1.920	21.267	562	3.161
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	2.486	16.460	1.787	11.352	1.673	10.840	219	512
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	53.736	781.844	51.309	716.806	46.170	544.780	10.182	172.025
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	12.574	137.869	12.545	134.890	12.545	134.890	0	0
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΒΟΙΑΣ	20.611	281.196	20.253	254.852	20.043	240.587	1.646	14.264
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	1.289	5.843	521	2.667	470	2.301	53	366
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	14.056	302.537	13.157	273.921	10.583	152.745	5.843	121.176
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΩΚΙΔΑΣ	5.206	54.399	4.833	50.476	2.530	14.258	2.640	36.218
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	26.710	304.275	26.664	298.675	26.654	298.446	191	229
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	6.065	83.790	6.054	82.414	6.044	82.309	19	105
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	13.027	142.157	13.002	140.590	13.002	140.552	43	38

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΘΑΚΗΣ	490	4.596	490	4.584	490	4.584	0	0
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	3.616	28.701	3.607	26.968	3.607	26.887	124	81
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΕΥΚΑΔΑΣ	3.512	45.031	3.511	44.118	3.511	44.113	5	5
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	67.874	935.571	65.846	835.214	59.809	708.696	9.636	126.518
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	23.510	322.480	22.582	276.936	16.855	154.067	8.752	122.870
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΧΑΪΑΣ	19.774	229.193	19.226	207.724	18.917	204.337	776	3.387
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΛΕΙΑΣ	24.590	383.898	24.037	350.554	24.037	350.292	109	262
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	84.262	2.063.772	77.656	1.739.446	77.433	1.644.341	4.569	95.105
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	14.791	358.820	12.231	227.285	12.231	227.251	23	34
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	9.105	155.331	7.421	116.891	7.416	109.311	754	7.580
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	15.003	227.039	13.803	181.704	13.786	181.388	56	317
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	18.919	698.647	17.910	605.286	17.716	522.303	3.208	82.983
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	26.444	623.936	26.291	608.280	26.283	604.089	528	4.191
ΑΤΤΙΚΗ	24.350	299.765	23.003	269.528	22.718	264.888	660	4.640
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	24.350	299.765	23.003	269.528	22.718	264.888	660	4.640
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	1.862	26.303	1.786	24.335	1.775	21.948	128	2.387
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΒΟΡΕΙΟΥ	1.486	23.143	1.422	21.446	1.335	20.566	183	879

ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ								
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	1.379	13.475	1.338	12.670	1.255	12.225	129	444
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΟΤΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	1.038	12.568	955	11.624	955	11.605	9	18
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	9.658	104.941	9.414	95.289	9.362	94.732	113	557
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	3.009	28.717	2.899	24.843	2.872	24.738	52	105
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	722	9.343	674	8.597	651	8.366	27	231
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΗΣΩΝ	5.197	81.275	4.515	70.725	4.513	70.707	19	18
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ, ΚΡΗΤΗ	127.446	2.172.119	126.218	2.082.974	125.972	2.077.852	2.055	5.121
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	25.542	545.535	25.296	520.061	25.250	519.399	313	662
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΕΣΒΟΥ	14.692	419.376	14.672	413.418	14.672	413.143	164	275
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΗΜΝΟΥ	353	1.337	259	945	222	757	97	188
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΙΚΑΡΙΑΣ	1.646	13.777	1.645	13.727	1.645	13.727	0	0
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΑΜΟΥ	4.494	66.380	4.482	64.373	4.482	64.370	7	3
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΙΟΥ	4.358	44.664	4.237	27.598	4.229	27.402	46	196
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	17.133	142.245	16.608	133.345	16.512	131.701	1.011	1.644
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΛΥΜΝΟΥ	577	3.578	455	2.856	433	2.814	23	42
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΑΡΠΑΘΟΥ	1.197	12.276	1.196	11.840	1.196	11.840	0	0

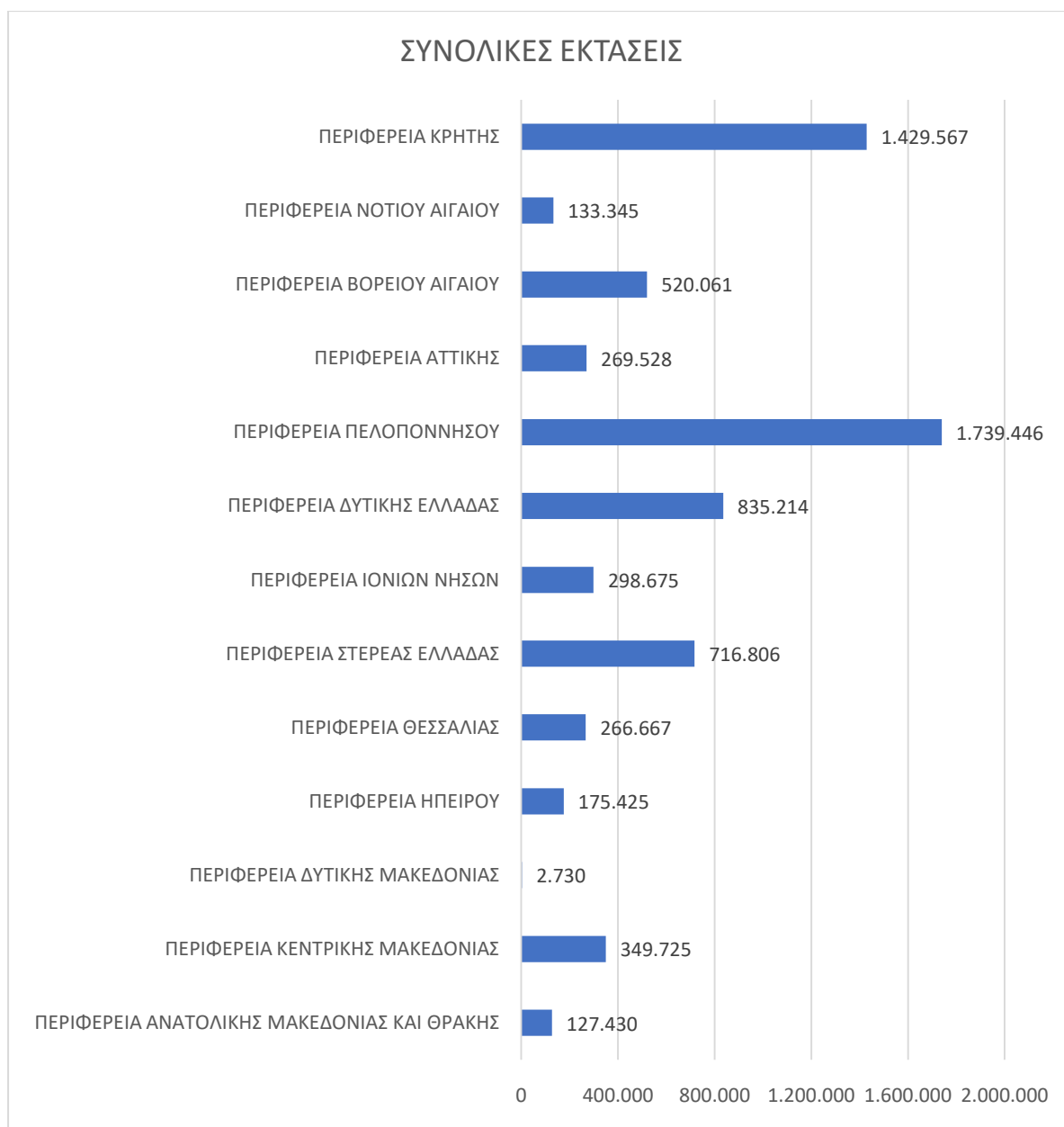
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΩ	1.260	8.994	1.252	8.734	1.252	8.719	7	15
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΟΔΟΥ	8.666	86.595	8.430	82.162	8.430	80.863	804	1.298
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΥΡΟΥ	227	693	200	518	200	518	0	0
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΟΥ	689	4.184	687	3.752	682	3.662	51	90
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΗΡΑΣ	219	998	210	887	177	858	37	29
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΕΑΣ - ΚΥΘΝΟΥ	204	1.198	204	893	204	893	0	0
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΗΛΟΥ	527	3.057	526	2.919	523	2.900	9	20
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΥΚΟΝΟΥ	34	83	26	53	19	39	11	15
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΑΞΟΥ	2.300	15.218	2.239	13.936	2.215	13.870	36	66
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΑΡΟΥ	870	3.894	848	3.595	848	3.578	10	17
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΤΗΝΟΥ	364	1.478	334	1.199	334	1.146	23	53
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	84.770	1.484.339	84.314	1.429.567	84.209	1.426.751	730	2.816
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	40.398	740.398	40.266	727.385	40.168	725.930	284	1.455
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	12.472	197.933	12.441	195.263	12.435	195.216	7	47
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	12.380	235.760	12.333	227.803	12.333	226.628	345	1.175
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΝΙΩΝ	19.520	310.248	19.273	279.116	19.273	278.977	94	139

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή (2016), <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG32/->



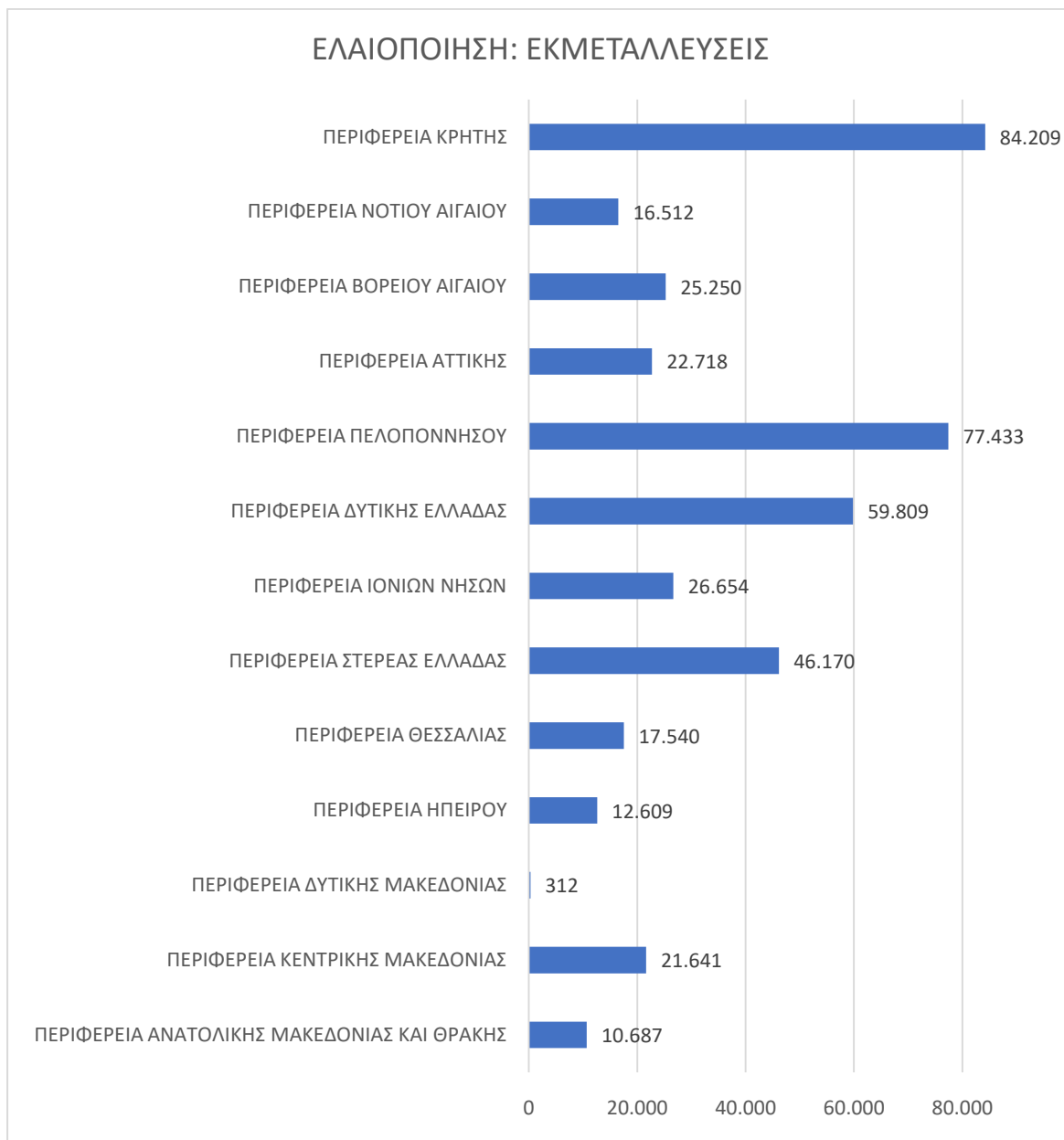
Διάγραμμα 5 Συνολικές εκμεταλλεύσεις ελαιώνων, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



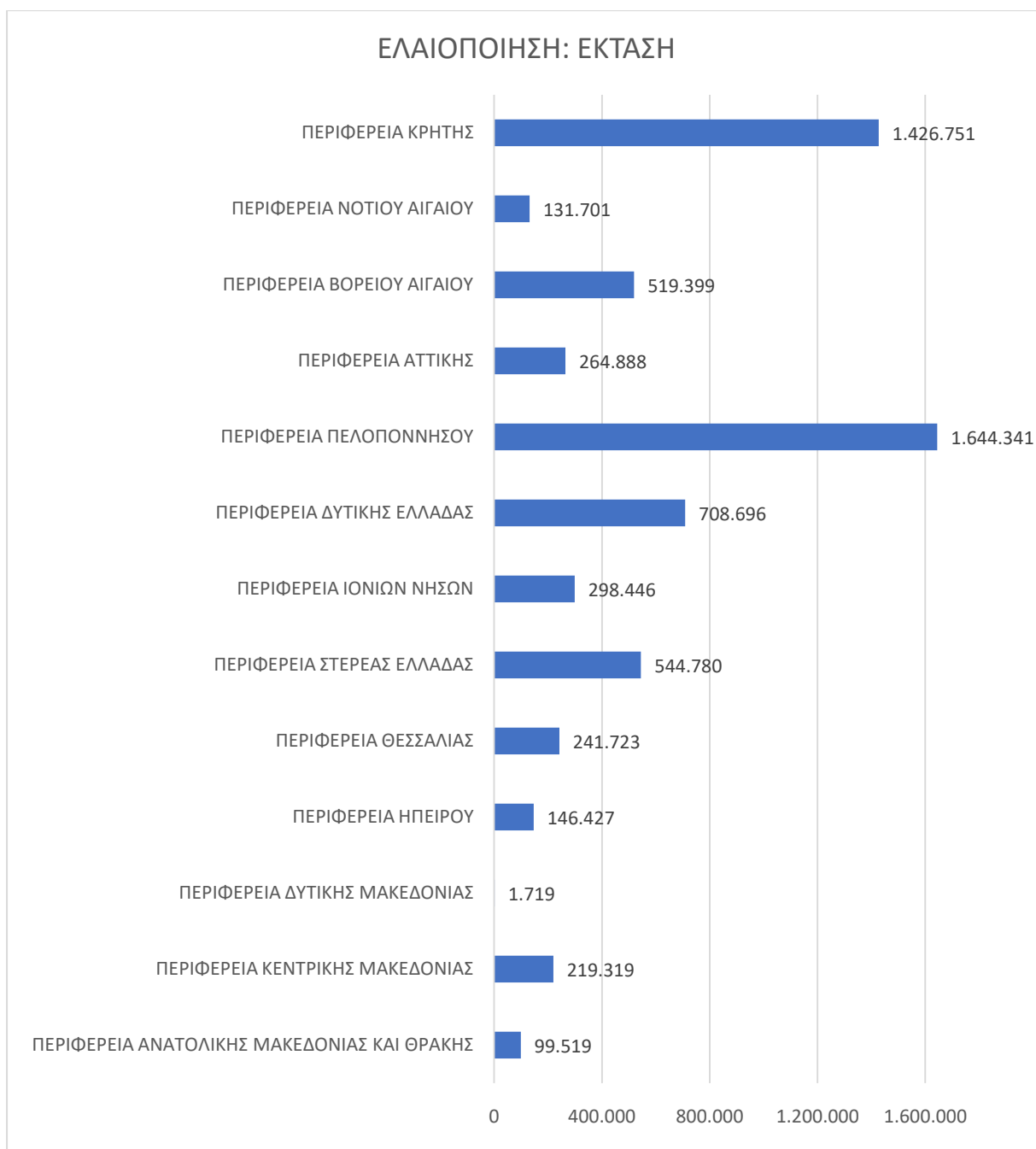
Διάγραμμα 6 Συνολικές εκτάσεις ελαιώνων, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



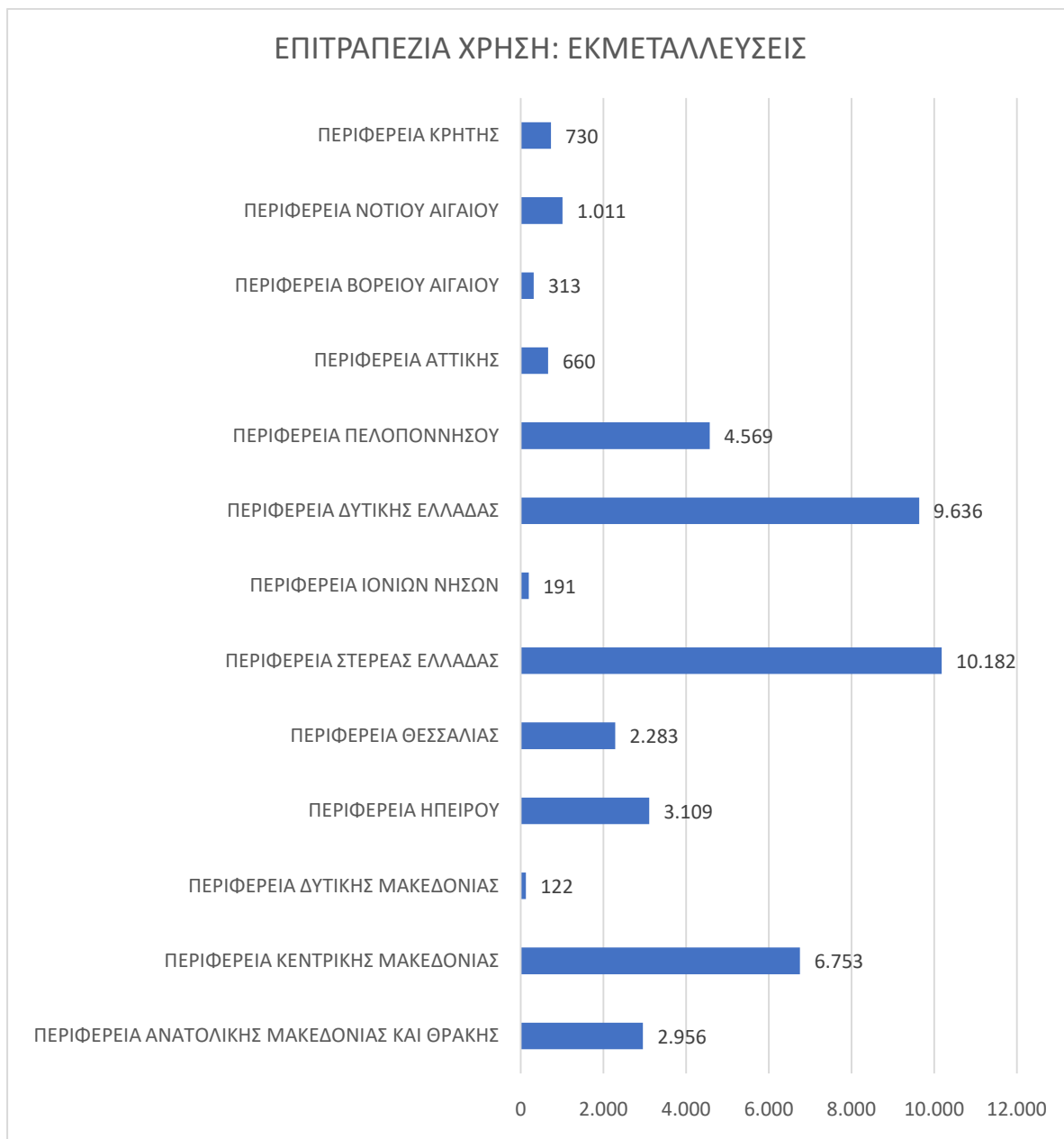
Διάγραμμα 7 Ελαιοποίηση: εκμεταλλεύσεις, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



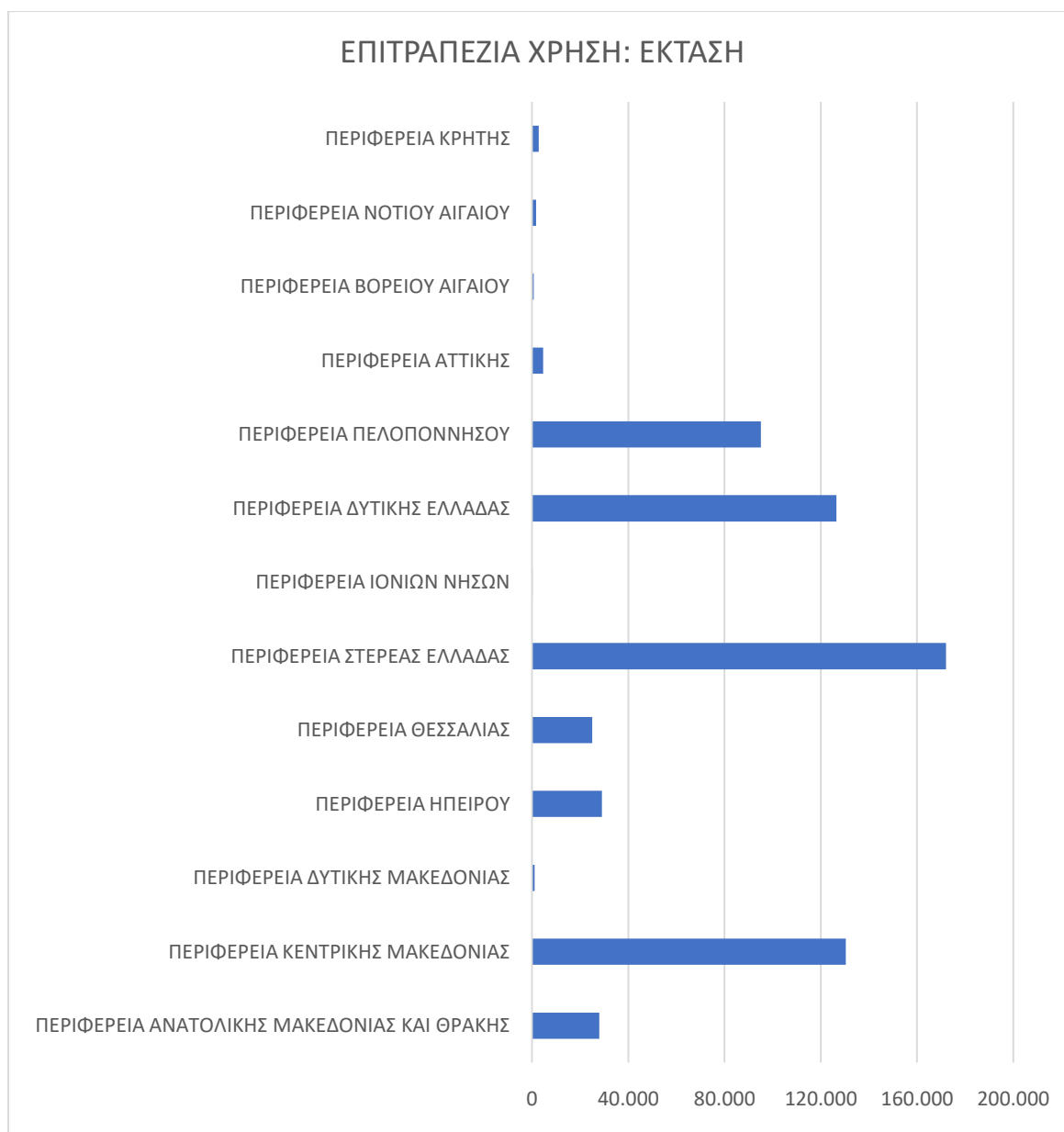
Διάγραμμα 8 Ελαιοποίηση: εκτάσεις, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



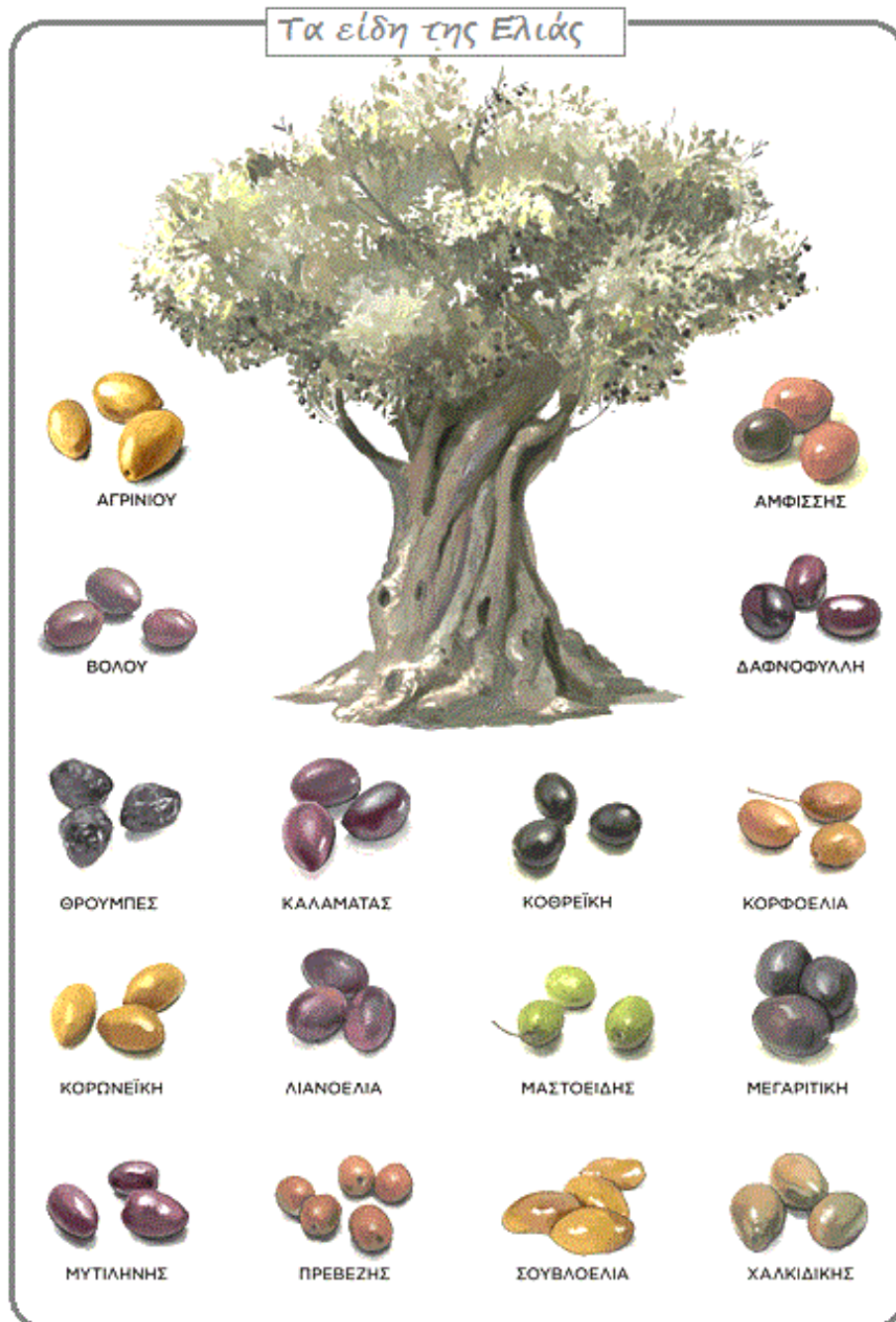
Διάγραμμα 9 Επιτραπέζια χρήση: εκμεταλλεύσεις, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



Διάγραμμα 10 Επιτραπέζια χρήση: εκτάσεις, ανά περιφέρεια (2016) (εκτάσεις σε στρέμματα)

Πηγή: ίδια επεξεργασία βάσει πίνακα 1



e-children.blogspot.com

Εικόνα 5 Τα είδη της ελιάς στην Ελλάδα

Πηγή: gr.pinterest.com (2021), <https://gr.pinterest.com/pin/569775790331671942/>

Αν και η ελληνική παραγωγή το 2020 ήταν χαμηλότερη από τους περίπου 300.000 τόνους του περασμένου έτους, οι τοπικοί ελαιοκαλλιεργητές είναι αισιόδοξοι όχι μόνο λόγω της αυξημένης κατανάλωσης, αλλά και ως αποτέλεσμα της κορυφαίας ποιότητας της απόδοσης, η οποία πηγάζει από τις εξαιρετικές συνθήκες καλλιέργειας και καλλιέργειας της ελιάς στην Ελλάδα. Στην Ελλάδα επικρατούν μικρές παραγωγές, ενώ η τοποθεσία, το κλίμα και ο ήλιος συμβάλλουν στην επίτευξη του καλύτερου αποτελέσματος όσον αφορά τις καλλιεργητικές πρακτικές. Εξίσου σημαντικά είναι και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι ακόμη και οι συμβατικοί ελαιώνες είναι σημαντικά βιολογικοί στην Ελλάδα, καθώς οι αγρότες χρησιμοποιούν παραδοσιακές καλλιεργητικές πρακτικές με περιορισμένη χρήση φυτοφαρμάκων. Στην πραγματικότητα, τα τελευταία χρόνια, τα πιο επικίνδυνα φυτοφάρμακα έχουν απαγορευτεί και ο εναέριος ψεκασμός των καλλιεργειών έχει σταματήσει εντελώς. Η χώρα μας προσφέρει τον απόλυτο βιότοπο για την καλλιέργεια της ελιάς. Η παράδοση, η σύγχρονη τεχνολογία και η επιστημονική έρευνα συνδυάζονται αρμονικά στην καλλιέργεια των ελαιόδεντρων, ενώ χρησιμοποιούνται οι καταλληλότερες τεχνικές συγκομιδής (Αντωνοπούλου, 2020).

5. Στρατηγική του μάρκετινγκ

Το μίγμα μάρκετινγκ (marketing mix) συνιστά στρατηγικό εργαλείο της επιχείρησης, μέσω του οποίου σκοπό έχει να υλοποιήσει τη στρατηγική μάρκετινγκ και να πραγματοποιήσει τους στόχους της μέσα στην αγορά – στόχο. Το μίγμα μάρκετινγκ έχει τέσσερις συνιστώσες (4P's) (McCarthy, 1960):

- προϊόν (Product)
- τιμή (Price)
- προώθηση (Promotion)
- διανομή (Place)

Τα τέσσερα αυτά στοιχεία θα πρέπει να αξιοποιούνται συνδυαστικά προκειμένου το προϊόν να αποκτήσει σημαντική αξία στην αγορά (van Waterschoot & van den Bulte, 1992). Το μίγμα μάρκετινγκ επηρεάζει την ανταγωνιστική θέση μιας επιχείρησης (Goi, 2009) και κάθε συνιστώσα του προσφέρει όφελος για τον πελάτη (Lauterborn, 1990:26).

5.1 Προϊόν

Σύμφωνα με τους Goi (2011) και Muala και Qurneh (2012) το «προϊόν» είναι κάποιο αγαθό ή υπηρεσία που προσφέρει μια εταιρεία στην αγορά, με σκοπό να ικανοποιήσει κάποιες ανάγκες ή επιθυμίες. Ως έννοια, το προϊόν περιλαμβάνει φυσικά αντικείμενα, υπηρεσίες, ιδέες και διακρίνεται σε πραγματικό προϊόν, σε βασικό προϊόν και σε επαυξημένο προϊόν.

Το προϊόν μπορεί να αφορά τόσο υλικά (αγαθά) όσο και άυλα (υπηρεσίες). Διακρίνεται επίσης σε καταναλωτικό και βιομηχανικό. Μια επιχείρηση μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε διάφορες εναλλακτικές στρατηγικές επιλογές σύνθεσης του μίγματος των προϊόντων/ υπηρεσιών της, όπως: α) στρατηγική της πλήρους κάλυψης, όπου επιλέγει μια ποικιλία προϊόντων ή υπηρεσιών για να καλύψει όσο το δυνατό περισσότερες ανάγκες της αγοράς και β) στρατηγική εξειδίκευσης, όπως για παράδειγμα κατά κλάδο, όπου η επιχείρηση προσφέρει στην αγορά μια πλήρη σειρά προϊόντων για ένα συγκεκριμένο τμήμα καταναλωτών (Ζιγκιρίδης, χ.χ).

5.2 Τιμή

Η τιμή είναι, σύμφωνα με τους Virvilaite et al (2009), ο πιο σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό της ικανοποίησης των πελατών και επηρεάζει σημαντικά την αγοραστική απόφαση για ένα προϊόν/υπηρεσία. Σύμφωνα με τους Goi (2011) και Muala και Qurneh (2012), η τιμή θεωρείται ο πιο σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή. Όπως αναφέρουν οι Chung και Shin (2008) και οι Muala και Qurneh (2012), ο καίριος ρόλος της τιμής είναι να καθορίζει τις διαδικασίες κατά την αγορά και μετά από αυτήν.

Οι τιμολογιακές στρατηγικές, σύμφωνα με τους Riaz και Tanveer (2011) κατηγοριοποιούνται ως εξής:

- Τιμολόγηση βάσει κόστους (Cost-based pricing): η τιμή ορίζεται με βάση το κόστος του προϊόντος.
- Τιμολόγηση βάσει «νεκρού σημείου»² (Break-even based Pricing): οι επιχειρήσεις καθορίζουν την τιμή στην οποία μπορεί να ανακτήσουν το κόστος παραγωγής και εμπορίας, ή να κάνουν στοχευμένο κέρδος.
- Τιμολόγηση βάσει ανταγωνισμού (Competition based Pricing): η εταιρεία καθορίζει τις τιμές σύμφωνα με τον ανταγωνισμό.
- Τιμολόγηση με βάση την αξία για τον πελάτη (Customer-value based Pricing): η τιμολόγηση γίνεται με βάση την αντιληπτή αξία του προϊόντος/ υπηρεσίας.

5.3 Προώθηση

Σύμφωνα με τους Goi (2011) και Muala και Qurneh (2012) η προώθηση είναι ένα βασικό στοιχείο της συνολικής διαδικασίας μάρκετινγκ. Αφορά την προώθηση των πωλήσεων, τις διαφημιστικές εκστρατείες, τις προσωπικές πωλήσεις, τις δημόσιες σχέσεις και το άμεσο μάρκετινγκ και δίνει τη δυνατότητα στους πιθανούς πελάτες να γνωρίσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των επιχειρήσεων.

² Νεκρό σημείο (break even point) ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που μια επιχείρηση καλύπτει το σύνολο των εξόδων της, σταθερά και μεταβλητά, μη πραγματοποιώντας ούτε κέρδος ούτε ζημιά.

5.4 Διανομή

Η έννοια της διανομής αναφέρεται στο πώς ένας οργανισμός θα διανείμει το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρει στον τελικό χρήστη, μέσα από τα κανάλια διανομής. Αυτά μπορεί να είναι άμεσα (όπως καταστήματα, πωλήσεις μέσω τηλεφώνου και internet) και έμμεσα (μέσω μεσαζόντων, όπως διανομείς ή αντιπροσώποι) (Riaz & Tanveer, 2011). Οι λειτουργίες της διανομής γίνονται διαμέσου των καναλιών διανομής, μέσα από την κατάλληλη στρατηγική: στρατηγική εντατικής διανομής, επιλεκτική στρατηγική διανομής και στρατηγική αποκλειστικής διανομής. Συνάμα, η διανομή μπορεί να είναι είτε άμεση είτε έμμεση, ανάλογα με το αν γίνεται με τη μεσολάβηση τρίτων (Ζιγκιρίδης, χ.χ). Τέλος, υπάρχουν και εναλλακτικές στρατηγικές διανομής, όπως (Bateson, 1991): η στρατηγική πολλαπλών σημείων, η στρατηγική πολλαπλών υπηρεσιών, η στρατηγική πολλαπλών τμημάτων, καθώς και η υβριδική στρατηγική, που είναι συνδυασμός των δυο προηγούμενων.

Για την εξεταζόμενη εταιρεία, την ANOLIVE, το προϊόν (βιολογική ελιά) ανήκει στην κατηγορία «πραγματικό προϊόν» και αντανακλά το υψηλό επίπεδο ποιότητας στην παραγωγή, την μεγάλη διατροφική αξία του προϊόντος, το εμπορικό σήμα, την ποικιλία στα μεγέθη της ελιάς, τη συσκευασία και τα οφέλη της βιολογικής καλλιέργειας. Το προϊόν προορίζεται τόσο για καταναλωτές όσο και για εταιρείες τροφίμων, catering κτλ. Η εταιρεία αξιοποιεί στρατηγική της πλήρους κάλυψης, καθώς προσφέρει την ποικιλία των προϊόντων της με σκοπό να καλύψει όσο το δυνατό περισσότερες ανάγκες της αγοράς, τόσο σε Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Σε ότι αφορά την τιμολόγηση, η εταιρεία θα ακολουθήσει τιμολόγηση με βάση την αξία για τον πελάτη (Customer-value based Pricing). Σύμφωνα με τις έρευνες των Sandalidou et al (2002) και Berg et al (2018) για τη βιολογική ελιά στην Ελλάδα, τα οφέλη για την υγεία θεωρούνται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αρκετοί καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν μια υψηλότερη τιμή για το βιολογικό προϊόν ελιάς σε σχέση με το μη βιολογικό, καθώς λαμβάνουν υπόψη τη συμβολή του στην υγιεινή διατροφή και αναγνωρίζουν την υψηλή αξία του.

Σχετικά με την προώθηση, θα αξιοποιήσει διαφημιστικές εκστρατείες σε έντυπα περιοδικά διατροφής, σε περιοδικά για επιχειρηματίες του κλάδου, σε αφίσες σε κεντρικά

σημεία, ενώ θα διενεργήσει και προσωπικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις και διαδικτυακό μάρκετινγκ.

Τέλος, αναφορικά με τη διανομή, η εταιρία θα αξιοποιήσει τόσο άμεσα κανάλια (όπως καταστήματα τροφίμων, σουπερμάρκετ, συνεταιρισμούς αγροδιατροφής, εταιρείες catering, καθώς και πωλήσεις μέσω τηλεφώνου και internet) και έμμεσα κανάλια (μέσω διανομέων ή αντιπροσώπων, ιδίως για τις εξαγωγές). Η στρατηγική που θα επιλέξει είναι αυτή της εντατικής διανομής, καθώς η εταιρεία έχει ως σκοπό την τοποθέτηση του προϊόντος σε όσο το δυνατόν περισσότερα σημεία πώλησης.

6. Σχέδιο λειτουργίας

Η παραλαβή της πρώτης ύλης της βιολογικής ελιάς γίνεται από εξουσιοδοτημένο υπεύθυνο της εταιρίας με δικαιοδοσία αποδοχής ή απόρριψης, ο οποίος και θα κάνει καταγραφή σε δελτίο ποσοτικής και ποιοτικής παραλαβής τις παρατηρήσεις του αναφορικά με την ποιοτική κατάσταση του προϊόντος. Η κάθε παραλαβή συνοδεύεται από ποιοτικό έλεγχο και τα αποτελέσματα καταχωρούνται στο αρχείο κάθε δεξαμενής που τοποθετείται το προϊόν.

Για να επιτευχθεί η συγκεκριμένη ποιότητα προϊόντος η εταιρεία θα μεριμνήσει ώστε οι συνεργαζόμενοι παραγωγοί να τηρήσουν την υλοποίηση συγκεκριμένων πρακτικών, για την παραγωγή του βιολογικού προϊόντος. Αυτό θα πραγματοποιηθεί μέσω φιλοπεριβαλλοντικών συστημάτων διαχείρισης, ενώ έπειτα θα γίνει συνδυασμός αυτών με σωστούς μετασυλλεκτικούς χειρισμούς, ώστε να αποδοθεί το προϊόν που θα εναρμονίζεται με τα κριτήρια ποιότητας της εταιρείας.

Στη συνέχεια είναι απαραίτητο η επιχείρηση να δημιουργήσει τις απαραίτητες υλικοτεχνικές υποδομές και να τηρήσει κάποιες απλές αλλά σημαντικές διαδικασίες, που δεν θα αυξάνουν μεν το κόστος και δεν θα είναι εκτός της καθημερινής πρακτικής της, αλλά θα διασφαλίζουν την απαιτούμενη ποιότητα. Οι διαδικασίες αυτές αναφέρονται στην:

- 1) Υποδοχή ελαιοκάρπου (τοποθέτηση σε μεγάλες δεξαμενές)
- 2) Εκπίκραση – Ζύμωση (χρύτερη φυσικής άλμης)
- 3) Ζύμωση άλμης (διάρκειας ζύμωσης περίπου 4 μήνες, η οποία ποικίλει ανάλογα με το είδος του ελαιοκάρπου που συλλέγεται. Με τη μέθοδο αυτή δεν έχουμε καθόλου απόβλητα)
- 4) Συντήρηση-Αποθήκευση

Επίσης, για να διεκπεραιωθούν οι σχετικές εργασίες θα πρέπει να γίνει αγορά σε κατάλληλο εξοπλισμό, ο οποίος θα έχει συγκεκριμένες προδιαγραφές.

Πέραν αυτών, η διαδικασία συσκευασίας αποτελείται από τα παρακάτω βήματα:

- Παραλαβή και αποθήκευση πρώτων υλών.
- Παραλαβή βοηθητικών υλών και αποθήκευση.
- Γέμισμα

- Επικόλληση ετικέτας
- Τοποθέτηση σε συσκευασία
- Αποθήκευση και διανομή τελικού προϊόντος

Από πλευράς ανθρώπινου δυναμικού, η εταιρεία θα πρέπει να προσλάβει έναν επιπλέον υπεύθυνο για την προώθηση και διανομή του προϊόντος. Ο υπάλληλος αυτός θα πρέπει να έχει τουλάχιστον πενταετή προϋπηρεσία σε παραπλήσιο πεδίο και θα απασχολείται με σύμβαση πλήρους απασχόλησης για 5 ημέρες την εβδομάδα. Οι υπόλοιπες εργασίες που θα προκύψουν από αυτό το επιχειρηματικό πλάνο, εκτιμάται ότι θα μπορούν να εκτελεστούν από το υπάρχον προσωπικό με την κατάλληλη κατανομή.

7. Χρηματοοικονομική ανάλυση - χρηματοδότηση

Παρακάτω ακολουθεί μια εκτενής χρηματοοικονομική ανάλυση στο πλαίσιο του επιχειρηματικού πλάνου που περιγράψαμε προηγουμένως. Η ανάλυση αυτή περιλαμβάνει μια σειρά από συνιστώσες που θα βοηθήσουν το σχηματισμό μιας ολοκληρωμένης εικόνας για τη Διοίκηση της εταιρείας. Οι συνιστώσες αυτές είναι οι εξής:

1. Κατάρτιση συνοπτικών λογιστικών καταστάσεων
2. Κατάρτιση και ανάλυση πινάκων τάσης των λογιστικών καταστάσεων
3. Κατάρτιση και ανάλυση οριζοντίων μεγεθών των λογιστικών καταστάσεων
4. Υπολογισμός και ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών
5. Αξιολόγηση της επένδυσης μέσω του υπολογισμού της Καθαρής Παρούσας Αξίας, του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (IRR) και της μέσης περιόδου επανείσπραξης.
6. Ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.

Με τα παραπάνω βήματα θα δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα για τις παραμέτρους αυτής της επιχειρηματικής κίνησης από χρηματοοικονομικής πλευράς και έτσι θα μπορεί να δοθεί η κατάλληλη υπόδειξη.

7.1 Εισαγωγή - Υποθέσεις χρηματοοικονομικής ανάλυσης

Ο ορίζοντας αξιολόγησης είναι πενταετής και με βάση αυτόν θα γίνει ολόκληρη η ανάλυση. Για το σχηματισμό της έχει γίνει μια σειρά υποθέσεων, βασισμένη στους στόχους που έχουν τεθεί από τη Διοίκηση σε συνδυασμό με το μακροοικονομικό περιβάλλον. Το σύνολο αυτών των υποθέσεων αναφέρεται παρακάτω:

Πίνακας 4 Υποθέσεις χρηματοοικονομικής ανάλυσης

Α/Α	Υπόθεση
1	Το επενδυτικό πλάνο θα αξιολογηθεί σε ορίζοντα πενταετίας, αρχής γενομένης από το 2022.
2	Τα ίδια κεφάλαια που θα καταβληθούν από τους ιδιοκτήτες ανέρχονται σε €350.000
3	Με σκοπό την αγορά μηχανημάτων, εξοπλισμού και λοιπών άμεσων εξόδων παγίων στοιχείων, συνάπτεται δάνειο ύψους €500.000, 15ετούς διάρκειας με επιτόκιο (Euribor 6M+5%). Οι καταβολές θα είναι εξαμηνιαίες.
4	Για τη χρηματοδότηση του κεφαλαίου κίνησης ανοίγει χρηματοδότηση με τη μορφή ορίου, ύψους €300.000 και επιτόκιο 8%. Υποθέτουμε ότι καθ' όλη τη διάρκεια της πενταετίας θα γίνεται πλήρης χρήση του ορίου. Η επιχείρηση θα πληρώνει τόκους μια φορά το έτος πάνω στο ύψος της χρήσης.
5	Οι βασικοί λογαριασμοί κυκλοφορούντος ενεργητικού (διαθέσιμα, απαιτήσεις από πελάτες και αποθέματα) θα αυξάνονται με ρυθμό 10% ετησίως.
6	Τα πάγια στοιχεία της εταιρείας δεν θα έχουν ιδιαίτερη μεταβολή λόγω του πλάνου μιας και θα χρησιμοποιηθούν οι ίδιες εγκαταστάσεις. Η τρέχουσα αποτίμηση των παγίων της εταιρείας είναι €1.000.000 και αναμένεται να αυξάνεται με ρυθμό 3% ετησίως.
7	Δεν αναμένεται να γίνει αύξηση μετοχικού κεφαλαίου κατά τη διάρκεια της πενταετίας. Τα ίδια κεφάλαια θα αυξάνονται κατά το ποσό των καθαρών κερδών του προηγούμενης περιόδου και βάσει της Υπόθεσης 8 που ακολουθεί.
8	Για το 2022 και το 2023 το σύνολο των κερδών θα μετατρέπεται σε αποθεματικά με σκοπό την ύπαρξη επαρκών ιδίων κεφαλαίων για την υλοποίηση της επένδυσης. Από το 2024 και μετά, το 50% των καθαρών κερδών θα διανέμεται ως μέρισμα στους ιδιοκτήτες.

9	Οι υποχρεώσεις προς προμηθευτές θα αυξάνονται με ρυθμό 6% ετησίως.
10	Οι υποχρεώσεις προς ασφαλιστικούς οργανισμούς θα αυξάνονται με ρυθμό 5% ετησίως.
11	Ο κύκλος εργασιών θα αυξάνεται με ρυθμό 5% ετησίως.
12	Το κόστος πωληθέντων θα αυξάνεται με ρυθμό 4% ετησίως και ειδικά για το 2022 θα ανέρχονται στο 60% των πωλήσεων
13	Τα λειτουργικά έξοδα θα αυξάνονται με ρυθμό 5% ετησίως, κυρίως λόγω των αναγκών σε νέο προσωπικό ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες που θα προκύπτουν από την ανάγκη προώθησης του προϊόντος
14	Η εταιρεία ακολουθεί τη σταθερή μέθοδο αποσβέσεων βάσει των παγίων του πρώτου έτους, με συντελεστή 10%.
15	Ο φορολογικός συντελεστής υποτίθεται στο 24% ετησίως.

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Το σύνολο των παραπάνω υποθέσεων εφαρμόζεται κατά περίπτωση στην ανάλυση που ακολουθεί. Τυχόν επιπλέον υποθέσεις που απαιτούνται για την ομαλή διενέργεια της αξιολόγησης θα αναφέρονται εκεί που πρέπει.

7.2 Προϋπολογισμός έργου – Χρηματοδότηση

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η χρηματοδότηση της επενδυτικής κίνησης εκτός από τα ίδια κεφάλαια θα γίνει και μέσω δύο δανείων: ενός ορίου για τη χρηματοδότηση του κεφαλαίου κίνησης, ύψους €300.000 με σταθερό επιτόκιο 8% και ενός 15ετούς ύψους €500.000 με κυμαινόμενο επιτόκιο Euribor, πλέον περιθωρίου 5%.

Για το βραχυπρόθεσμο δάνειο υποθέτουμε ότι το όριο θα είναι συνεχώς πλήρους χρήσης. Σε δάνεια τέτοιου είδους, καταβάλλεται μόνο ο ετήσιος τόκος που αντιστοιχεί στη χρήση που έχει γίνει μέσα στο έτος. Έτσι, για όλο τον πενταετή ορίζοντα, η επιχείρηση θα καταβάλλει ετησίως χρεωστικούς τόκους ($300.000 \cdot 8\%$) €24.000.

Για το μακροπρόθεσμο δάνειο όμως θα πρέπει να γίνει αναλυτικός υπολογισμός. Το τρέχον Euribor είναι αρνητικό και για πρακτικούς λόγους θα θεωρηθεί 0%. Έτσι, με δεδομένη την εξαμηνιαία καταβολή δόσεων, το σχήμα αποπληρωμής του μακροπρόθεσμου δανείου παρουσιάζεται στον επόμενο πίνακα:

Πίνακας 5 Σχήμα αποπληρωμής δανείου

	Δόση	Τόκος	Χρεωλύσιο	Κεφάλαιο
Ιουν-22	32.526	25.000	7.526	492.474
Δεκ-22	32.526	24.624	7.902	484.572
Ιουν-23	32.526	24.229	8.297	476.275
Δεκ-23	32.526	23.814	8.712	467.563
Ιουν-24	32.526	23.378	9.148	458.416
Δεκ-24	32.526	22.921	9.605	448.811
Ιουν-25	32.526	22.441	10.085	438.726
Δεκ-25	32.526	21.936	10.589	428.136
Ιουν-26	32.526	21.407	11.119	417.017
Δεκ-26	32.526	20.851	11.675	405.342

Ιουν-27	32.526	20.267	12.259	393.084
Δεκ-27	32.526	19.654	12.872	380.212
Ιουν-28	32.526	19.011	13.515	366.697
Δεκ-28	32.526	18.335	14.191	352.506
Ιουν-29	32.526	17.625	14.900	337.606
Δεκ-29	32.526	16.880	15.645	321.960
Ιουν-30	32.526	16.098	16.428	305.533
Δεκ-30	32.526	15.277	17.249	288.284
Ιουν-31	32.526	14.414	18.112	270.172
Δεκ-31	32.526	13.509	19.017	251.155
Ιουν-32	32.526	12.558	19.968	231.187
Δεκ-32	32.526	11.559	20.966	210.221
Ιουν-33	32.526	10.511	22.015	188.206
Δεκ-33	32.526	9.410	23.115	165.091

Ιουν-34	32.526	8.255	24.271	140.819
Δεκ-34	32.526	7.041	25.485	115.335
Ιουν-35	32.526	5.767	26.759	88.576
Δεκ-35	32.526	4.429	28.097	60.479
Ιουν-36	32.526	3.024	29.502	30.977
Δεκ-36	32.526	1.549	30.977	0

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Επομένως, στην προβλεπτική κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως που θα παρουσιαστεί πιο κάτω, τα ετήσια έξοδα για τόκους θα είναι τα €24.000 του ορίου συν τους τόκους που αντιστοιχούν σε κάθε έτος και παρουσιάστηκαν στον πίνακα.

Η εταιρεία θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να εξασφαλίζει την ύπαρξη επαρκούς ρευστότητας για την ομαλή εξυπηρέτηση των δανειακών υποχρεώσεων ώστε να μην επιβαρύνεται με τόκους υπερημερίας και λοιπά έξοδα καθυστέρησης.

7.3 Ανάλυση προβλεπτικών λογιστικών καταστάσεων

Το πρώτο βήμα για τη διενέργεια της χρηματοοικονομικής ανάλυσης του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου είναι η κατασκευή προβλεπτικών συνοπτικών λογιστικών καταστάσεων ώστε να συλλεχθούν οι πιο σημαντικές πληροφορίες και να αποφευχθεί η συνθετότητα των αναλυτικών μορφών τους. Οι καταστάσεις αυτές είναι τα εργαλεία που θα αποτελέσουν τη βάση για το σύνολο της ποσοτικής ανάλυσης που θα ακολουθήσει.

Για την κατάρτιση των προβλεπτικών λογιστικών καταστάσεων αξιοποιήθηκαν οι υποθέσεις της προηγούμενης ενότητας, σε συνδυασμό με τους αρχικούς στόχους που έχουν τεθεί από τη Διοίκηση.

Αρχικά, οι εκτιμήσεις για τους ισολογισμούς της επόμενης πενταετίας είναι οι παρακάτω:

Πίνακας 6 Προβλεπτικοί ισολογισμοί

	2022	2023	2024	2025	2026
Διαθέσιμα	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Πελάτες	110.000	121.000	133.100	146.410	161.051
Αποθέματα	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410
Λοιπά στοιχεία κυκλ. Ενεργητικού	10.000	10.846	61.172	79.552	117.574
Πάγιο Ενεργητικό	1.000.000	1.030.000	1.060.900	1.092.727	1.125.509
Σύνολο	1.300.000	1.355.846	1.464.372	1.544.399	1.647.784

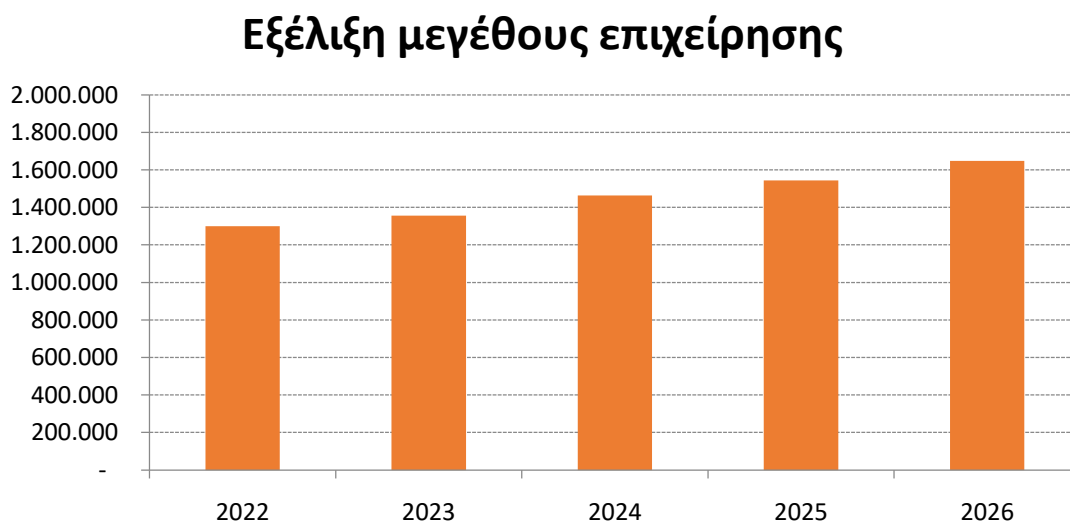
	2022	2023	2024	2025	2026
Ίδια Κεφάλαια	350.000	522.046	720.374	831.908	956.608
Προμηθευτές	80.000	84.800	89.888	95.281	100.998
Βραχυπρόθεσμα					

Δάνεια	300.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930
Λοιπές Βραχ. Υποχρεώσεις	10.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Σύνολο	1.300.000	1.469.846	1.676.412	1.796.647	1.930.537

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Παρατηρείται πως το μέγεθος της επιχείρησης, όπως εκφράζεται από το σύνολο του ενεργητικού αυξάνεται κατά περίπου 50%. Χαρακτηριστική είναι και η εξέλιξη των ιδίων κεφαλαίων, περίπου 2,5 φορές επάνω, απόρροια της πορείας των καθαρών κερδών που θα δούμε παρακάτω, σε συνδυασμό με την Υπόθεση 8.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η πορεία του μεγέθους της επιχείρησης έως το 2026:



Διάγραμμα 11 Εξέλιξη μεγέθους επιχείρησης

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Ακολουθεί παρακάτω η παράθεση των προβλεπτικών καταστάσεων αποτελεσμάτων χρήσεως:

Πίνακας 7 Προβλεπτικές καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως

	2022	2023	2024	2025	2026
Κύκλος Εργασιών	1.500.000	1.575.000	1.653.750	1.736.438	1.823.259
Κόστος Πωληθέντων	900.000	936.000	973.440	1.012.378	1.052.873
Μικτό Κέρδος	600.000	639.000	680.310	724.060	770.387
Λειτουργικά Έξοδα	200.000	210.000	220.500	231.525	243.101
ΚΠΤΦΑ	400.000	429.000	459.810	492.535	527.285
Αποσβέσεις	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
ΚΠΤΦΑ	300.000	329.000	359.810	392.535	427.285
Τόκοι	73.624	68.042	66.299	64.377	62.258
ΚΠΦ	226.376	260.958	293.511	328.158	365.028
Φόροι	54.330	62.630	70.443	78.758	87.607
Καθαρά Αποτελέσματα	172.046	198.328	223.068	249.400	277.421

Πηγή: ίδια επεξεργασία

7.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες συνιστούν μια από τις πιο βασικές μεθόδους αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας μιας εταιρίας, τόσο σε διαχρονικό επίπεδο όσο και διαστρωματικά. Υπολογίζονται μέσα από την αξιοποίηση δεδομένων προερχόμενων από τις λογιστικές καταστάσεις της επιχείρησης και οι βασικές χρήσεις τους αφορούν στις παρακάτω διαστάσεις:

- Λήψη στρατηγικών αποφάσεων.
- Λήψη αποφάσεων χρηματοδότησης.
- Διαχείριση περιουσιακών στοιχείων.
- Διαχείριση προστιθέμενης αξίας.
- Διαχείριση φορολογικών υποθέσεων.
- Αναπτυξιακή πολιτική.

Όλοι οι παραπάνω παράγοντες είναι απαραίτητοι στη Διοίκηση στο πλαίσιο κατάρτισης του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου. Με βάση λοιπόν τις προβλεπτικές καταστάσεις που παρουσιάστηκαν παραπάνω, υπολογίστηκαν και παρουσιάζονται οι ακόλουθοι χρηματοοικονομικοί δείκτες.

Αριθμοδείκτες διάρθρωσης ενεργητικού

Οι αριθμοδείκτες αυτοί εξετάζουν τη δομή των στοιχείων του ενεργητικού και κυρίως το αν η επιχείρηση βασίζεται κυρίως σε πάγιο ενεργητικό ή σε πιο βραχυπρόθεσμο. Στο πλαίσιο αυτό, υπολογίζονται οι παρακάτω αριθμοδείκτες:

Βαθμός Παγιοποίησης

Ο δείκτης αυτός ισούται με:

$$\text{Βαθμός Παγιοποίησης} = \frac{\text{Πάγιο Ενεργητικό} - \text{Αποσβέσεις Παγίων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Δείκτης Παγίου προς Κυκλοφορούν Ενεργητικό

Ο τύπος υπολογισμού του δείκτη είναι ο εξής:

$$\text{Δείκτης Παγίου προς Κυκλοφορούν Ενεργητικό} = \frac{\text{Πάγιο Ενεργητικό}}{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}$$

Η εκτιμώμενη εξέλιξη των δεικτών για τον ορίζοντα μελέτης της επιχειρηματική ιδέας είναι:

Πίνακας 8 Αριθμοδείκτες διάρθρωσης ενεργητικού

	2022	2023	2024	2025	2026
Βαθμός Παγιοποίησης	69,23%	61,22%	51,96%	44,85%	37,96%
Πάγιο προς Κυκλοφορούν Ενεργητικό	333,33%	316,10%	262,94%	241,93%	215,50%

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Οι τιμές του δείκτη παγιοποίησης χαρακτηρίζονται φυσιολογικές για μια επιχείρηση μεταποιητικού χαρακτήρα όπως η συγκεκριμένα. Η τάση είναι ξεκάθαρα πτωτική, ως αποτέλεσμα της ανόδου του ενεργητικού και της πιο ήπιας αύξησης των παγίων στοιχείων σε συνδυασμό με τις αποσβέσεις που συσσωρεύονται με το πέρας των ετών.

Αριθμοδείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης

Αφορά μια ιδιαίτερα σπουδαία κατηγορία δεικτών, καθώς οι δείκτες αυτοί μετρούν τη σχέση μεταξύ των κεφαλαίων που προέρχονται από ξένες πηγές (τράπεζες, προμηθευτές) και από τους ιδιοκτήτες της εταιρίας. Με τον τρόπο αυτό δείχνουν την εξάρτηση της εταιρίας από τον ξένο δανεισμό, καθώς και τα περιθώρια πρόσβασης της σε αυτόν. Στο πλαίσιο της ανάλυσής μας, υπολογίστηκαν οι εξής δείκτες:

Δείκτης Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης

Η μόχλευση μιας επιχείρησης μπορεί να μετρηθεί με διάφορους εναλλακτικούς τρόπους. Αυτός που εφαρμόζεται στο παρόν επιχειρηματικό πλάνο εκφράζεται με τον εξής τύπο:

$$\text{Δείκτης Μόχλευσης} = \frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

Δείκτης Οικονομικής Αυτονομίας

Ο δείκτης αυτός λειτουργεί συμπληρωματικά του δείκτη μόχλευσης και προχωρά ένα βήμα παρακάτω. Ο τύπος υπολογισμού του είναι ο:

$$\text{Δείκτης Οικονομικής Αυτονομίας} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}}$$

Δείκτης Πίεσης Ξένου Κεφαλαίου

Ο δείκτης πίεσης ξένου κεφαλαίου είναι ο συμπληρωματικός δείκτης του δείκτη οικονομικής αυτονομίας, καθώς το άθροισμά τους είναι πάντα ίσο με 100%. Επομένως, υπολογίζεται με τον τύπο:

$$\text{Δείκτης Πιέσεως Ξένου Κεφαλαίου} = \frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}}$$

Δείκτης Κάλυψης Τόκων

Αφορά έναν σημαντικό δείκτη, ιδιαίτερα για εταιρείες που χρησιμοποιούν τον τραπεζικό δανεισμό για να χρηματοδοτήσουν το ενεργητικό τους. Υπολογίζεται ως εξής:

$$\text{Δείκτης Κάλυψης Τόκων} = \frac{\text{Κέρδη προ Τόκων \& Φόρων}}{\text{Χρεωστικοί Τόκοι}}$$

Η εκτιμώμενη εξέλιξη των δεικτών για τον ορίζοντα μελέτης της επιχειρηματική ιδέα είναι:

Πίνακας 9 Αριθμοδείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης

	2022	2023	2024	2025	2026
Μόχλευσης	271,43%	181,55%	132,71%	115,97%	101,81%
Οικονομικής Αυτονομίας	26,92%	35,52%	42,97%	46,30%	49,55%
Πίεσης Ξένου Κεφαλαίου	73,08%	64,48%	57,03%	53,70%	50,45%
Κάλυψης Τόκων	4,07	4,84	5,43	6,10	6,86

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Οι τιμές του δείκτη μόχλευσης είναι αρχικά πολύ υψηλές αλλά εν συνεχεία και δεδομένου ότι δε σχεδιάζεται να ληφθεί επιπλέον δανεισμός, μαζί με την άνοδο των ιδίων κεφαλαίων λόγω της κεφαλαιοποίησης κερδών θα καταστήσει πιο ορθολογική τη

μόγλευση. Με αυτό τον τρόπο θα αυξήσει το βαθμό οικονομικής αυτονομίας και θα μειώσει την πίεση ξένου κεφαλαίου.

Παράλληλα, η υψηλή οργανική κερδοφορία θα οδηγεί σε ομαλή αποπληρωμή των υποχρεώσεων για τόκους.

Αριθμοδείκτες ρευστότητας

Αφορά μια ευρεία κατηγορία δεικτών, καθώς η ρευστότητα ασκεί επίδραση σε όλο το φάσμα λειτουργιών της επιχείρησης. Οι δείκτες αυτοί σκοπό έχουν να συσχετίσουν κυρίως τα στοιχεία του ενεργητικού και του παθητικού αντίστοιχων λήξεων, καθώς και τα επιχειρηματικά πλεονάσματα με τα διάφορα έξοδα της εταιρείας. Σκοπός τους είναι η διερεύνηση της ικανότητας της εταιρείας να ικανοποιεί της υποχρεώσεις της χωρίς την άμεση ανάγκη προσφυγής σε πλέον χρηματοδότηση.

Δείκτης Γενικής Ρευστότητας

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας δείχνει το βαθμό στον οποίο η εταιρία είναι ικανή να αποπληρώνει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της κάνοντας χρήση των πιο εύκολα ρευστοποιήσιμων στοιχείων του ενεργητικού της (πελάτες, αποθέματα, διαθέσιμα κλπ.). Ισούται με:

$$\text{Δείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας

Είναι συγγενής δείκτης του αντίστοιχου της γενικής ρευστότητας και υπολογίζεται ως:

$$\text{Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας} = \frac{(\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{Αποθέματα})}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Δείκτης Ταμειακής Ρευστότητας

Προχωρώντας ένα βήμα παρακάτω, ο δείκτης ταμειακής ρευστότητας είναι υποσύνολο των δύο προηγούμενων και ισούται με:

$$\text{Δείκτης Ταμειακής Ρευστότητας} = \frac{\text{Διαθέσιμο Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Δείκτης Αμυντικού Χρονικού Διαστήματος

Οι προηγούμενοι δείκτες ρευστότητας αποδίδουν στατικά την ικανότητα ανταπόκρισης της εταιρίας στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η εν λόγω στατικότητα που βασίζεται στο ότι ο ισολογισμός αποδίδει την εικόνα μιας συγκεκριμένης ημερομηνίας, ενδέχεται να οδηγήσει σε μη αληθοφανή συμπεράσματα. Ορισμένα από αυτά τα προβλήματα σκοπό έχει να επιλύσει ο δείκτης αμυντικού χρονικού διαστήματος, ο οποίος υπολογίζεται ως εξής:

$$\begin{aligned} & \text{Δείκτης Αμυντικού Χρονικού Διαστήματος} \\ &= \frac{(\text{Διαθέσιμο Ενεργητικό} + \text{Απαιτήσεις})}{\text{Ημερήσιες Λειτουργικές Δαπάνες}} \end{aligned}$$

Ο δείκτης αυτός έχει τη βάση του στα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία του ενεργητικού της εταιρίας, τα οποία δύναται οποιαδήποτε στιγμή να αξιοποιηθούν για τις ημερήσιες λειτουργικές δαπάνες, που είναι ίσες με:

$$\begin{aligned} & \text{Ημερήσιες Λειτουργικές Δαπάνες} \\ &= \frac{(\text{Κόστος Πωληθέντων} + \text{Δαπάνες Διοίκησης \& Διάθεσης} + \text{Καθημερινές Πληρωμές})}{365} \end{aligned}$$

Έτσι, οι δείκτες ρευστότητας της ANOLIVE για τον ορίζοντα του επιχειρηματικού πλάνου παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10 Αριθμοδείκτες ρευστότητας

	2022	2023	2024	2025	2026
Γενικής Ρευστότητας	0,67	0,73	0,88	0,97	1,10
Ειδικής Ρευστότητας	0,44	0,48	0,62	0,69	0,79
Ταμειακής Ρευστότητας	0,18	0,19	0,19	0,20	0,21
Αμυντικού Χρονικού Διαστήματος	63,05	65,29	67,65	70,14	72,75

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Τα πρώτα έτη λειτουργίας, οι ανάγκες για ρευστότητα είναι αυξημένες μιας και θα πρέπει να γίνουν οι αναγκαίες επενδύσεις σε υποδομές και σε προσωπικό ώστε να προχωρήσει ομαλά η υλοποίηση της νέας επιχειρηματικής ιδέας. Αυτό αποτυπώνεται και στους δείκτες ρευστότητας που το 2022 και το 2023 θα είναι χαμηλοί. Επομένως, θα πρέπει τότε να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη διαχείριση των ρευστών διαθεσίμων ώστε να μην προκύψει ανάγκη που δεν θα μπορεί να ικανοποιηθεί.

Αριθμοδείκτες δραστηριότητας

Αυτή η κατηγορία δεικτών είναι άμεσα σχετιζόμενη με τους δείκτες ρευστότητας. Οι δείκτες δραστηριότητας μετρούν την ταχύτητα με την οποία ανανεώνονται τα υπό εξέταση στοιχεία σε όρους πωλήσεων, δηλαδή πόσο εντατικά συμβάλλουν στην επίτευξη πωλήσεων για την εταιρία. Ιδίως μετρώνται σε «φορές» στις οποίες γίνεται η ανακύκλωση του υπό εξέταση στοιχείου αλλά και σε ημέρες οι οποίες απαιτούνται για να γίνει αυτή η διαδικασία.

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων – Ημέρες Αποθεμάτων

Με τον δείκτη αυτό γίνεται μέτρηση της ικανότητας της επιχείρησης του να ανακυκλώνει τα αποθέματά με σκοπό την επίτευξη πωλήσεων. Υπολογίζεται ως εξής:

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Αποθεμάτων} = \frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Αποθέματα}}$$

Αν η κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων διαιρεθεί με το 365, τότε προκύπτει ο αριθμός των ημερών ανακύκλωσης των αποθεμάτων.

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απαιτήσεων – Ημέρες Απαιτήσεων

Ο δείκτης αυτός δηλώνει πόσες φορές εισπράττονται οι απαιτήσεις της εταιρίας σε όρους πωλήσεων σε μία χρήση. Ισούται με:

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απαιτήσεων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Απαιτήσεις}}$$

Όπως και πριν, οι μέσες απαιτήσεις προκύπτουν ως ο μέσος όρος του ύψους των απαιτήσεων από πελάτες αρχής και τέλους έτους. Επίσης, αν διαιρέσουμε τον δείκτη με το 365 υπολογίζουμε τον αριθμό ημερών είσπραξης απαιτήσεων.

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Προμηθευτών – Ημέρες Πίστωσης

Ο δείκτης της κυκλοφοριακής ταχύτητας των προμηθευτών υπολογίζεται ως εξής:

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Προμηθευτών} = \frac{\text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{Προμηθευτές}}$$

Η διαίρεση του αριθμού ημερών του έτους με τον δείκτη δηλώνει σε αριθμό ημερών το διάστημα στο οποίο μένουν χωρίς να πληρωθούν οι προμηθευτές της εταιρίας. Για τον λόγο αυτό, το αποτέλεσμα είναι γνωστό και ως ημέρες πίστωσης.

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού

Με τον δείκτη αυτόν μετράται το πόσο εντατικά χρησιμοποιείται το ενεργητικό για την επίτευξη των πωλήσεων. Υπολογίζεται με τον τύπο:

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων

Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των ιδίων κεφαλαίων δηλώνει το βαθμό χρησιμοποίησης των ιδίων κεφαλαίων για την επίτευξη των πωλήσεων. Είναι ίση με:

$$\text{Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}$$

Κύκλος Μετατροπής Ρευστότητας

Είναι ένας σύνθετος δείκτης ο οποίος υπολογίζεται ως το άθροισμα των ημερών αποθεμάτων συν τις ημέρες απαιτήσεων, μείον τις ημέρες πίστωσης.

Οι δείκτες δραστηριότητας της ANOLIVE παρουσιάζονται στον κάτωθι πίνακα:

Πίνακας 11 Αριθμοδείκτες δραστηριότητας

	2022	2023	2024	2025	2026
Ημέρες Αποθεμάτων	40,56	42,90	45,37	47,99	50,76
Ημέρες Απαιτήσεων	26,77	28,04	29,38	30,78	32,24
Ημέρες Πίστωσης	32,44	33,07	33,70	34,35	35,01
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού	1,15	1,16	1,13	1,12	1,11
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ιδίων Κεφαλαίων	4,29	3,02	2,30	2,09	1,91
Κύκλος Μετατροπής Ρευστότητας	34,88	37,87	41,04	44,41	47,98

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Είναι χαρακτηριστικό πως βάσει του επιχειρηματικού πλάνου θα απαιτηθεί μια άκρως επιθετική πολιτική στον τομέα των πιστώσεων. Το διάστημα παρεχόμενης πίστωσης θα είναι λίγο μικρότερο από 1 μήνα και θα κινείται λίγο πιο κάτω από το διάστημα της λαμβανόμενης πίστωσης από τους προμηθευτές. Συνεπώς θα απαιτείται χρηστή διαχείριση και πιστή τήρηση των συμφωνιών έτσι ώστε να μην υπάρχει υποχρέωση πληρωμών πριν λαμβάνονται οι αντίστοιχες εισπράξεις.

Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

Η αποδοτικότητα μιας επιχείρησης αφορά την ικανότητά της να αξιοποιεί τους διαθέσιμους πόρους της ώστε να δημιουργεί κέρδη. Οι δείκτες αποδοτικότητας εκφράζουν το αποτέλεσμα της χρήσης των επιχειρησιακών πόρων και παρέχουν πληροφόρηση για την αποτελεσματικότητα των αποφάσεων που λαμβάνει η διοίκηση της εταιρίας. Ως κατηγορία δεικτών έχει άμεσο ενδιαφέρον για τους μετόχους της εταιρίας αλλά και τους πιστωτές και τους εργαζομένους της.

Μικτό περιθώριο κέρδους

Ο δείκτης αυτός δείχνει την αξία που παράγει η επιχείρηση με τη μεσολάβησή της μεταξύ των αγορών των συντελεστών παραγωγής και της αγοράς όπου πουλά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της. Ο δείκτης ισούται με:

$$\text{Μικτό Περιθώριο Κέρδους} = \frac{\text{Μικτά Κέρδη}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Καθαρό περιθώριο κέρδους

Το καθαρό περιθώριο κέρδους συνιστά έναν εξαιρετικά δημοφιλή δείκτη, που δηλώνει το ποσοστό καθαρού κέρδους που αποκτά μια επιχείρηση από τις πωλήσεις της. Είναι ίσος με:

$$\text{Καθαρό Περιθώριο Κέρδους} = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων

Αφορά έναν από τους πιο δημοφιλείς και σημαντικούς αριθμοδείκτες, που είναι γνωστός ως ROE (Return On Equity). Υπολογίζεται από τον εξής τύπο:

$$\text{Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων} = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

Αποδοτικότητα Ενεργητικού

Ο δείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού ή ROA (Return On Assets) αποτελεί επίσης έναν πολύ γνωστό και σημαντικό δείκτη, ο οποίος μετρά την αποδοτικότητα του συνόλου των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Ο τύπος υπολογισμού του είναι ο εξής:

$$\text{Αποδοτικότητα Ενεργητικού} = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Ενεργητικό}}$$

Οι δείκτες αποδοτικότητας της ANOLIVE παρουσιάζονται στον επόμενο πίνακα.

Πίνακας 12 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

	2022	2023	2024	2025	2026
Μικτό Περιθωρίου Κέρδους	40,00%	40,57%	41,14%	41,70%	42,25%
Καθαρό Περιθωρίου Κέρδους	11,47%	12,59%	13,49%	14,36%	15,22%
Αποδοτικότητα Ενεργητικού	13,23%	14,63%	15,23%	16,15%	16,84%
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	49,16%	37,99%	30,97%	29,98%	29,00%

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Οι φιλόδοξοι στόχοι του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου αποτυπώνονται και στους δείκτες αποδοτικότητας. Εφόσον οι στόχοι επιτευχθούν, οι ιδιοκτήτες θα επιτύχουν υψηλά κέρδη που θα τους βελτιώνουν συνεχώς τις αποδοχές.

Απομένει πλέον η τελική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου ώστε να τεθεί η πρόταση για την ανάληψη ή όχι της επένδυσης.

7.5 Οικονομικό πλάνο πενταετίας

Η χρηματοοικονομική ανάλυση του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου θα ολοκληρωθεί με την τελική πρόταση για το αν υπό τις παρούσες συνθήκες και υποθέσεις η επένδυση στην προώθηση της βιολογικής ελιάς είναι συμφέρουσα ή όχι. Αυτό θα γίνει με τον υπολογισμό τριών δεικτών αξιολόγησης, αξιοποιώντας φυσικά όλα τα δεδομένα και τις υποθέσεις των προηγούμενων ενοτήτων.

Στο πλαίσιο αυτό θα υπολογιστούν οι παρακάτω δείκτες:

- ✓ Περίοδος επανείσπραξης: η εν λόγω περίοδος δηλώνει το χρονικό διάστημα που είναι απαραίτητο για την είσπραξη του ποσού της αρχικής επένδυσης. Συνιστά μια απλή μέθοδο προσδιορισμού των ετών που χρειάζονται με σκοπό να ανακτηθεί το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης από τις προβλεπόμενες ταμειακές ροές που η επένδυση θα επιφέρει.
- ✓ Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV): Είναι ίση με το άθροισμα της παρούσας αξίας των μελλοντικών ταμειακών εισροών μετά από φόρους ενός επενδυτικού σχεδίου, μείον το κόστος του εκφρασμένο και αυτό σε παρούσα αξία. Σε οικονομικούς όρους εκφράζει τη συνεισφορά ενός επενδυτικού σχεδίου στον πλούτο των μετόχων της επιχείρησης. Το προεξοφλητικό επιτόκιο που χρησιμοποιείται μπορεί να είναι το Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου (ΜΣΚΚ) της επιχείρησης, το επιτόκιο που χρησιμοποιείται σε παρόμοιες επενδύσεις ή όποιο γενικά επιτόκιο κρίνει σκόπιμο η επιχείρηση (απαιτούμενη απόδοση). Στο παρόν επιχειρηματικό πλάνο θα υπολογιστεί και θα χρησιμοποιηθεί το ΜΣΚΚ. Για να γίνει αποδοχή του επενδυτικού σχεδίου πρέπει η ΚΠΑ να έχει θετική.
- ✓ Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (IRR): Ορίζεται ως το επιτόκιο με το οποίο αν προεξοφληθούν οι μετά από φόρους ταμειακές εισροές ισούνται με την

παρούσα αξία των εκροών. Ουσιαστικά, είναι το επιτόκιο που κάνει την ΚΠΑ του επενδυτικού σχεδίου να είναι μηδενική. Ως κριτήριο αποδοχής της επένδυσης, ορίζεται το IRR της να υπερβαίνει το ΜΣΚΚ της επιχείρησης.

Βασικό συστατικό για τον υπολογισμό των παραπάνω μεγεθών είναι ο καθορισμός των ετήσιων ταμειακών ροών, οι οποίες παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 13 Πίνακας ταμειακών ροών

	2022	2023	2024	2025	2026
Έσοδα	1.500.000	1.575.000	1.653.750	1.736.438	1.823.259
(-) Έξοδα	1.173.624	1.214.042	1.260.239	1.308.279	1.358.232
(-) Αποσβέσεις	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Ταμειακές Ροές προ Φόρων	226.376	260.958	293.511	328.158	365.028
(-) Φόροι	54.330	62.630	70.443	78.758	87.607
Ταμειακές Ροές μετά Φόρων	172.046	198.328	223.068	249.400	277.421
(+) Αποσβέσεις	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Ταμειακές Ροές	272.046	298.328	323.068	349.400	377.421

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Υποθέτοντας ότι το αρχικό κόστος της επένδυσης είναι τα αρχικά ίδια κεφάλαια συν ο δανεισμός, αυτό ισούται με €1.150.000. Επιπλέον, αν το κόστος των ιδίων κεφαλαίων είναι 5%, τότε το ΜΣΚΚ ισούται με:

$$ΜΣΚΚ = \frac{350.000 \cdot 5\% + 300.000 \cdot 8\% + 500.000 \cdot 5\%}{800.000} = 5,78\%$$

Για τον υπολογισμό της περιόδου επανείσπραξης βασιζόμαστε στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 14 Περίοδος επανείσπραξης

	Ταμειακές Ροές	Σωρευτικές Ροές
2021	- 1.150.000	- 1.150.000
2022	272.046	- 877.954
2023	298.328	- 579.626
2024	323.068	- 256.558
2025	349.400	92.842
2026	377.421	470.263

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Με βάση τον πίνακα, η περίοδος επανείσπραξης ισούται με 3,73 έτη.

Με τον παραπάνω πίνακα υπολογίζεται η NPV και το IRR. Τα αποτελέσματα εμφανίζονται συνοπτικά παρακάτω:

NPV	210.689
IRR	11,90%
Payback	3,73

Αφού η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι θετική και ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης υπερβαίνει το ΜΣΚΚ, η υπό εξέταση επιχειρηματική ιδέα είναι μια συμφέρουσα κίνηση από χρηματοοικονομικής άποψης.

Ανάλυση ευαισθησίας

Το επιχειρηματικό πλάνο που παρουσιάστηκε βασίζεται σε μια μεγάλη σειρά στόχων και υποθέσεων. Ο κύριος πυλώνας για αυτές είναι το μακροοικονομικό σενάριο που θέλει την ελληνική οικονομία να ανακάμπτει από το 2021 και μετά, δεδομένης της πανδημικής κρίσης. Εκεί στηρίχτηκε και ο στόχος της ανόδου των πωλήσεων κατά 5% το έτος, που συνιστά και την υπόθεση κλειδί σε όλο το πλάνο. Η επιτυχία ή όχι αυτού του στόχου θα κρίνει και την επιτυχία του πλάνου στο σύνολό του.

Για αυτό το λόγο, αναπόσπαστο κομμάτι του πλάνου οφείλει να είναι η ανάλυση ευαισθησίας των μεγεθών αξιολόγησης ως προς την εξέλιξη των πωλήσεων. Έτσι, η Διοίκηση θα είναι σε θέση να γνωρίζει τον ελάχιστο επιτρεπτό στόχο που θα πρέπει να επιτύχει για τις πωλήσεις της ώστε να μην θέσει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα του σχεδίου.

Στο πλαίσιο αυτό, αξιολογήθηκε η ευαισθησία της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης στα σενάρια που ο ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων παρεκκλίνει του στόχου του 5%. Τα αποτελέσματα δίνονται παρακάτω, ξεκινώντας από την Καθαρή Παρούσα Αξία.

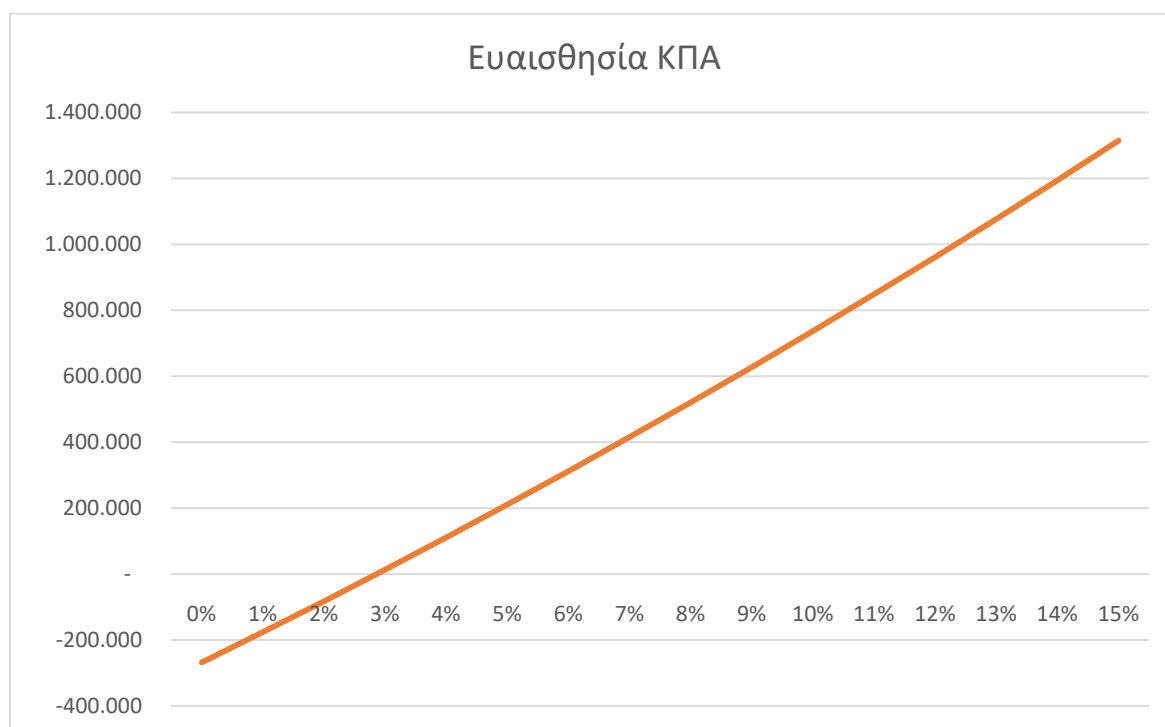
Πίνακας 15 Ανάλυση ευαισθησίας μεταβολής πωλήσεων

% Ετήσιας Μεταβολής Πωλήσεων	NPV
0%	- 267.951
1%	- 175.872
2%	- 81.995
3%	13.706
4%	111.258
5%	210.689
6%	312.023
7%	415.290
8%	520.517

9%	627.731
10%	736.960
11%	848.232
12%	961.576
13%	1.077.019
14%	1.194.592
15%	1.314.322

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Η σχηματική απεικόνιση της ευαισθησίας της ΚΠΑ είναι η:



Διάγραμμα 12 Ευαισθησία ΚΠΑ

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Είναι λοιπόν εμφανές πως αν ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων είναι μικρότερος από 3%, η Καθαρή Παρούσα Αξία θα γίνει αρνητική και η επιτυχία του σχεδίου αμφίβολη. Αυτό καθιστά ακόμα πιο επιτακτική την κατάρτιση ενός

αποτελεσματικού και επιθετικού πλάνου πωλήσεων που θα ελαχιστοποιεί τις παρεκκλίσεις από τους στόχους.

Παράλληλα, η ανάλυση ευαισθησίας του IRR είναι η εξής:

Πίνακας 16 Ανάλυση ευαισθησίας ΜΣΚΚ

ΜΣΚΚ	IRR
3%	-4,32%
4%	-0,43%
5%	3,05%
6%	6,22%
7%	9,15%
8%	11,90%
9%	14,48%
10%	16,94%
11%	19,28%
12%	21,52%
13%	23,68%
14%	25,76%
15%	27,77%

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Τέλος, εκτός από τις πωλήσεις, βασικός παράγοντας είναι και το προεξοφλητικό επιτόκιο που στο παρόν επιχειρηματικό πλάνο είναι το ΜΣΚΚ. Από τις συνιστώσες του, το βραχυπρόθεσμο δάνειο έχει σταθερό επιτόκιο, τα ίδια κεφάλαια έχουν κόστος που δε

μεταβάλλεται εύκολα και έτσι ο μόνος παράγοντας επηρεασμού του ΜΣΚΚ είναι το επιτόκιο του μακροπρόθεσμου δανεισμού που καθορίζεται από το Euribor. Η ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως προς τις μεταβολές του Euribor και κατ' επέκταση του ΜΣΚΚ παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 17 Ανάλυση ευαισθησίας επιτοκίου

Επιτόκιο	NPV
0%	470.263
1%	420.239
2%	372.523
3%	326.982
4%	283.491
5%	241.934
6%	202.201
7%	164.191
8%	127.811
9%	92.970
10%	59.586
11%	27.583
12%	- 3.114
13%	- 32.572
14%	- 60.854
15%	- 88.021

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Η ευαισθησία σε μεταβολές του επιτοκίου είναι σαφώς μικρότερη και η βιωσιμότητα δεν απειλείται από αυτό. Βέβαια, στον παραπάνω πίνακα δεν έχει ληφθεί υπ' όψιν η

επίδραση της ανόδου του επιτοκίου στις καθαρές ταμειακές ροές λόγω των παραπάνω τόκων που θα πρέπει να πληρωθούν αλλά και πάλι εκτιμάται ότι το περιθώριο ασφαλείας είναι επαρκές.

8. Συμπεράσματα

Το επιχειρηματικό σχέδιο που παρουσιάστηκε για την εταιρεία «ΥΙΟΙ Ι.Π. ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΟΥ Α.Ε.» αφορά τη βιολογική καλλιέργεια της ελιάς και την προώθηση της βιολογικής ελιάς στην αγορά. Απώτερος σκοπός του πλάνου είναι η αναζήτηση πηγών για τη χρηματοδότηση της έρευνας και την υιοθέτηση νέων τεχνολογικών εργαλείων και μεθόδων στην καλλιέργεια της ελιάς, η επέκταση της επιχείρησης και σε νέες αγορές του εξωτερικού και η βελτίωση της αποτελεσματικότητας της επιχείρησης και της ικανοποίησης του πελάτη. Η εταιρεία της μελέτης ανήκει στις μικρές επιχειρήσεις, έχει έδρα στην Ιτέα Φωκίδας και διακατέχεται από τον «οικογενειακό της χαρακτήρα».

Όπως φάνηκε από την ανάλυση του κλάδου και της αγοράς, σε παγκόσμιο επίπεδο, η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο κορυφαίος παραγωγός, καταναλωτής και εξαγωγέας ελιάς. Η Ευρώπη κατέχει μερίδιο 66% της παγκόσμιας κατανάλωσης με την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα να αντιπροσωπεύουν πάνω από το 80% της κατανάλωσης στην Ευρώπη. Στη χώρα μας, ο κλάδος της επιτραπέζιας ελιάς είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και εξωστρεφείς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με σημαντική συμβολή στην ελληνική απασχόληση. Η Ελλάδα διαθέτει εξαιρετικές ποικιλίες επιτραπέζιων ελιών, μοναδικές στον κόσμο.

Σημαντικό στοιχείο του επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί το μίγμα μάρκετινγκ της εταιρείας. Για την εξεταζόμενη εταιρεία, το προϊόν (βιολογική ελιά) ανήκει στην κατηγορία «πραγματικό προϊόν» και αντανακλά το υψηλό επίπεδο ποιότητας στην παραγωγή, την μεγάλη διατροφική αξία του προϊόντος, το εμπορικό σήμα, την ποικιλία στα μεγέθη της ελιάς, τη συσκευασία και τα οφέλη της βιολογικής καλλιέργειας. Το προϊόν προορίζεται τόσο για καταναλωτές όσο και για εταιρείες τροφίμων, catering κτλ. Η εταιρεία αξιοποιεί στρατηγική της πλήρους κάλυψης, καθώς προσφέρει την ποικιλία των προϊόντων της με σκοπό να καλύψει όσο το δυνατό περισσότερες ανάγκες της αγοράς, τόσο σε Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Σε ότι αφορά την τιμολόγηση, η εταιρεία θα ακολουθήσει τιμολόγηση με βάση την αξία για τον πελάτη (Customer-value based Pricing), τονίζοντας τη συμβολή του προϊόντος στην υγιεινή διατροφή και αναγνωρίζοντας την υψηλή αξία του. Σχετικά με την προώθηση, θα αξιοποιήσει

διαφημιστικές εκστρατείες σε έντυπα περιοδικά διατροφής, σε περιοδικά για επιχειρηματίες του κλάδου, σε αφίσες σε κεντρικά σημεία, ενώ θα διενεργήσει και προσωπικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις και διαδικτυακό μάρκετινγκ. Τέλος, αναφορικά με τη διανομή, η εταιρεία θα αξιοποιήσει τόσο άμεσα όσο και έμμεσα κανάλια. Η στρατηγική που θα επιλέξει είναι αυτή της εντατικής διανομής, καθώς η εταιρεία έχει ως σκοπό την τοποθέτηση του προϊόντος σε όσο το δυνατόν περισσότερα σημεία πώλησης.

Περνώντας στο σχέδιο λειτουργίας, η παραλαβή της πρώτης ύλης της βιολογικής ελιάς θα γίνει από εξουσιοδοτημένο υπεύθυνο της επιχείρησης όπου και θα υλοποιείται στη συνέχεια διαδικασία ποιοτικού ελέγχου. Οι συνεργαζόμενοι παραγωγοί θα τηρούν την εφαρμογή συγκεκριμένων πρακτικών, μέσω φιλοπεριβαλλοντικών συστημάτων διαχείρισης, αλλά και με σωστούς μετασυλλεκτικούς χειρισμούς, ώστε να δώσουν προϊόν, που θα εναρμονίζεται με τα κριτήρια ποιότητας της εταιρείας. Ακόμη, για να διεκπεραιωθούν οι εργασίες του τυποποιητηρίου θα αγοραστεί ο κατάλληλος εξοπλισμός. Από πλευράς ανθρώπινου δυναμικού, η εταιρεία θα πρέπει να προσλάβει έναν επιπλέον υπεύθυνο για την προώθηση και διανομή του προϊόντος. Οι υπόλοιπες εργασίες που θα προκύψουν από το επιχειρηματικό πλάνο, εκτιμάται ότι θα μπορούν να εκτελεστούν από το υπάρχον προσωπικό με την κατάλληλη κατανομή.

Μέσα από τη χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού πλάνου, μελετήθηκε η κατάρτιση συνοπτικών λογιστικών καταστάσεων, η κατάρτιση και ανάλυση πινάκων τάσης των λογιστικών καταστάσεων, η κατάρτιση και ανάλυση οριζοντίων μεγεθών των λογιστικών καταστάσεων, έγινε υπολογισμός και ανάλυση χρηματοοικονομικών δεικτών, αξιολόγηση της επένδυσης μέσω του υπολογισμού της Καθαρής Παρούσας Αξίας, του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (IRR) και της μέσης περιόδου επανείσπραξης καθώς και ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης. Ως αποτέλεσμα, δημιουργήθηκε μια ολοκληρωμένη εικόνα για τις παραμέτρους αυτής της επιχειρηματικής κίνησης από χρηματοοικονομικής πλευράς.

Με βάση τα δεδομένα αυτά, ο ορίζοντας αξιολόγησης του πλάνου τέθηκε να είναι πενταετής βάσει στόχων από τη Διοίκηση σε συνδυασμό με το μακροοικονομικό περιβάλλον. Η χρηματοδότηση της επενδυτικής κίνησης εκτός από τα ίδια κεφάλαια θα γίνει και μέσω δύο δανείων: ενός ορίου για τη χρηματοδότηση του κεφαλαίου κίνησης, ύψους €300.000 με σταθερό επιτόκιο 8% και ενός 15ετούς ύψους €500.000 με

κυμαινόμενο επιτόκιο Euribor, πλέον περιθωρίου 5%. Από την ανάλυση που διενεργήθηκε, φάνηκε πως το μέγεθος της επιχείρησης αυξάνεται κατά περίπου 50%, ενώ χαρακτηριστική είναι και η εξέλιξη των ιδίων κεφαλαίων, περίπου 2,5 φορές επάνω. Σύμφωνα με τους χρηματοοικονομικούς δείκτες που υπολογίστηκαν, φάνηκε πως τα πρώτα έτη λειτουργίας του πλάνου, οι ανάγκες για ρευστότητα θα είναι αυξημένες μιας και θα πρέπει να γίνουν οι αναγκαίες επενδύσεις σε υποδομές και σε προσωπικό ώστε να προχωρήσει ομαλά η υλοποίηση της νέας επιχειρηματικής ιδέας. Επίσης, έγινε εμφανές πως βάσει του επιχειρηματικού πλάνου θα απαιτηθεί μια άκρως επιθετική πολιτική στον τομέα των πιστώσεων. Συνεπώς θα απαιτείται χρηστή διαχείριση και πιστή τήρηση των συμφωνιών έτσι ώστε να μην υπάρχει υποχρέωση πληρωμών πριν λαμβάνονται οι αντίστοιχες εισπράξεις. Η ανάλυση των δεικτών έδειξε επίσης πως είναι φιλόδοξοι οι στόχοι του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου. Εφόσον οι στόχοι επιτευχθούν, οι ιδιοκτήτες θα επιτύχουν υψηλά κέρδη που θα τους βελτιώνουν συνεχώς τις αποδοχές.

Ολοκληρώνοντας, η τελική αξιολόγηση του επιχειρηματικού πλάνου έδειξε πως η υπό εξέταση επιχειρηματική ιδέα είναι μια συμφέρουσα κίνηση από χρηματοοικονομικής άποψης. Από την ανάλυση ευαισθησίας έγινε εμφανές πως αν ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής των πωλήσεων είναι μικρότερος από 3%, η Καθαρή Παρούσα Αξία θα γίνει αρνητική και η επιτυχία του σχεδίου είναι αμφίβολη. Αυτό καθιστά ακόμα πιο επιτακτική την κατάρτιση ενός αποτελεσματικού και επιθετικού πλάνου πωλήσεων που θα ελαχιστοποιεί τις παρεκκλίσεις από τους στόχους. Παράλληλα, η ανάλυση ευαισθησίας του IRR έδειξε πως η ευαισθησία σε μεταβολές του επιτοκίου είναι σαφώς μικρότερη και η βιωσιμότητα δεν απειλείται από αυτό.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

ANOLIVE (2021). *Ιστοσελίδα εταιρίας*. Πρόσβαση στις 2/11/2021 από: <http://www.anolive.gr/>

OLIVENEWS (2021). *Το παγκόσμιο εμπόριο επιτραπέζιας ελιάς*. Πρόσβαση στις 2/11/2021 από: <https://www.olivenews.gr/el/epicheiriseis/epitrapezia-elia/to-pagkosmio-emporio-epitrapezias-elias/>

Αντωνοπούλου, Β. (2020). *Η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου σε πρωτοφανή υψηλά επίπεδα το 2020*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://greekfoodnews.com/global-olive-oil-consumption-at-record-high-in-2020/>

gr.pinterest.com (2021). *Τα είδη της ελιάς στην Ελλάδα*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://gr.pinterest.com/pin/569775790331671942/>

Ελληνική Στατιστική Αρχή (2015). *Στατιστικές γεωργίας – κτηνοτροφίας*. Πειραιάς 2015.

Ελληνική Στατιστική Αρχή (2016). *Έρευνα Διάρθρωσης Γεωργικών και Κτηνοτροφικών Εκμεταλλεύσεων, έτους 2016*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPG32/->

Ζιγκιρίδης, Ε. *Οικονομία, Επιχειρήσεις, Μάρκετινγκ*. Εκπαιδευτικό υλικό στο πλαίσιο του Έργου «Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων II», Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ. II του ΥΠ.Ε.Π.Θ.

Ήλιδα (2021). *Ιστορία της Ελιάς*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.ilida.gr/istoria-tis-elias/>

Ιωαννίδης, Σ. (2001). *Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: εκδόσεις Παπαζήση.

Μουσείο Ελιάς- Ελαιώνας Σερρών (2021). *Το Δέντρο της Ελιάς*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από:

old.serres.gr/mouseioElias/index.php?option=com_content&view=article&id=32&Itemid=33

ΠΕΜΕΤΕ (2021). *Η αγορά της ελιάς*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.pemete.gr/epitrapezia-elia/agora-tis-elias/>

Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Επιτροπής, Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης L 124 της 20ής Μαΐου 2003.

Ξένη

Bateson, J. (1991). *Managing services marketing: Text and Readings*, The Dryden Press, N. York.

Berg, H., Maneas, G. and Salguero Engström, A. (2018). A Comparison between Organic and Conventional Olive Farming in Messenia, Greece. *Horticulturae*, 4(3):15. <https://doi.org/10.3390/horticulturae4030015>

Chung, K. H. and Shin, J. I. (2008). The relationship among e-retailing attributes, e-satisfaction and e-loyalty. *Management Review: An International Journal*, 3(1), 23-45.

European Commission (2021). *Market situation in the olive oil and table olives sectors Committee for the Common Organisation of the Agricultural Markets - Arable crops and olive oil - 27 May 2021*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/plants_and_plant_products/documents/market-situation-olive-oil-table-olives_en.pdf

Goi, C. L. (2009). A Review of Marketing Mix:4Ps or more? *International Journal of Marketing Studies*, 1(1), 2-14.

Goi, C. L. (2011). *Perception of Consumer on Marketing Mix: Male vs. Female*. 2010 International Conference on Business and Economics Research, Vol. 1 (pp. 95-99). IACSIT Press, Kuala Lumpur, Malaysia.

Lauterborn, R. (1990). New Marketing Litany: 4P's Passe; C-Words Take Over, *Advertising Age*, October 1, p.26.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood (Illinois): R. D. Irwin.

Mordor Intelligence (2021). *Olive market - segmented by geography - growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2021 - 2026)*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/olive-market>

Muala A. and Qurneh, M. (2012). Assessing the Relationship Between Marketing Mix and Loyalty Through Tourists Satisfaction in Jordan Curative Tourism. *American Academic & Scholarly Research Journal*, 4(2), 7-23.

Riaz, W. and Tanveer A. (2011). Marketing Mix, Not Branding. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 43-52.

Sandalidou, E., Baourakis, G. and Siskos, Y. (2002). Customers' perspectives on the quality of organic olive oil in Greece: A satisfaction evaluation approach. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 391-406.

Statista (2021). *Leading consumers of olive oil worldwide from in 2020/2021(in 1,000 metric tons)*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.statista.com/statistics/940532/olive-oil-consumption-worldwide-by-leading-country/>

Statista (2021). *Olive oil consumption in Europe in 2019. by leading country (in tons)*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.statista.com/statistics/1199494/olive-oil-consumption-by-leading-country-europe/>

Statista (2021). *Olive oil market value worldwide in 2018 and 2028(in billion U.S. dollars)*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.statista.com/statistics/977988/global-olive-oil-market-value/>

Statista (2021). *Production volume of olive oil worldwide from 2012/13 to 2020/21(in million metric tons)*. Πρόσβαση στις 27/6/2021 από: <https://www.statista.com/statistics/613466/olive-oil-production-volume-worldwide/>

van Waterschoot, W. and van den Bulte, C. (1992). The 4P Classification of the Marketing Mix Revisited. *Journal of Marketing*, 56, 83-93.

Virvilaite, R., Saladiene, V. and Skindaras, D. (2009). The Relationship Between Price and Loyalty in Services Industry. *Commerce of Engineering Decisions. Inzinerine Ekonomika-Engineering Economic*, 3, 96-104.